

## INTRODUCCIÓN

El trabajo presentado a continuación trata sobre lo que es la **Comunicación**, la **Publicidad** y la **Comunicación Publicitaria** como un conjunto. Muchas veces al hablar de un tema lo hacemos pensando que las personas que lo leen son versadas en este, esto no siempre es así, es por ello que en esta obra trato de utilizar un lenguaje claro y sencillo para la mayor comprensión de todos.

La publicidad se ha convertido en un mecanismo indispensable para el funcionamiento y el desarrollo de nuestras sociedades capitalistas de mercado: supone el reflejo de la sociedad de masas, donde prima el estudio de los hechos sociales y las conductas colectivas. Parte de las características de esta sociedad, de esta cultura y de esa comunicación de masas son comunes al hecho publicitario, de manera que puede ser considerado una variante de comunicación social.

La importancia que tiene tanto la comunicación como la publicidad en nuestros tiempos es impresionante, ya que con ellas es que se consume y se venden productos, es decir, la publicidad ocasiona que las personas se interesen en un producto X y el mensaje que esta publicidad conlleva es lo que hace en muchas ocasiones que el cliente lo consuma, es entonces donde se da la comunicación en el mensaje dado por la publicidad y recibido por el consumidor en este caso el emisor es la publicidad hecha y el receptor el cliente o consumidor.

Por otro lado, la publicidad existe por muchas razones entre las que podemos destacar: *Es parte de nuestro sistema de comunicación. Informa a la gente de la disponibilidad de productos y servicios. Proporciona información que ayuda a tomar decisiones fundamentales. Informa a la gente acerca de sus derechos y obligaciones como ciudadano*

Para finalizar, debo hacer constatar que los datos aquí reunidos corresponden a las fuentes más informativas y más acreditadas, es por ello que tengo la plena convicción de que esta obra responderá a las inquietudes del lector en su afán de alcanzar mayor conocimiento sobre el tema.

## INDICE

- La Comunicación
- La publicidad
- Que es comunicación Publicitaria
- Importancia de la Comunicación Publicitaria
  - Características de la Comunicación Publicitaria
    - *Masiva*
    - *Unidireccional*
    - *Persuasiva*
  - Estilos o tipos de comunicación publicitaria
    - *Publicidad de producto*
    - *Publicidad de marca*
    - *Publicidad Institucional*

- Comunicación Publicitaria en anuncios Dom
- A nivel General
- A nivel Particular
- ***Anuncios de revistas***
- ***Anuncios de televisión***
- ***Anuncios de periódicos***
- ***Anuncios de radio***
- ***Páginas de Internet***
- ***Anuncios de vallas***
- ***Conclusión***
- ***Bibliografía***

### ***Comunicación (Concepto)***

La palabra comunicar significa "poner en común", es decir, compartir con los demás. Cuando nos comunicamos compartimos información de todo tipo: emociones, ideas, conceptos, advertencias, necesidades, órdenes, etcétera.

La palabra comunicación proviene del latín *Communicatio*, se la acción y efecto de comunicar o comunicarse. Es la transmisión de señales mediante un código común del emisor y el receptor.

La comunicación está estrechamente vinculada al concepto de comunidad y, por consiguiente, a los de organización social y la colaboración.

Se entiende como comunicación el intercambio de significados entre individuos mediante un sistema de símbolos. Implica, por un lado, dar a conocer una cosa, por ejemplo, un pensamiento, y, por otro, aprender algo. Esta relación es común a los animales de todas las especies, desde los mamíferos hasta los insectos, que poseen órganos especiales de transmisión y de recepción.

En la comunicación existe una infinita escala de valores, y abarca desde el más elemental de los gestos la segregación de sustancias químicas hasta la transmisión por satélite artificial.

### ***Publicidad (Concepto)***

La publicidad, es una comunicación masiva cuya finalidad es transmitir información y/o incidir sobre las actitudes (creándolas, modificándolas o reforzándolas) para impulsar a los destinatarios de la misma a un comportamiento favorable a los intereses del anunciante.

La publicidad se basa en el análisis de las necesidades y motivaciones del comprador, para incitarle a la percepción positiva de una empresa y/o sus productos. Toda su eficacia se debe a su capacidad para persuadir y convencer al comprador por ello, recurre a las técnicas más sofisticadas de la comunicación humana para lograr su objetivo de persuasión y utiliza todos los medios de comunicación a su alcance para influir en el mayor número posible de individuos.

La publicidad ha de captar la atención y provocar después el interés y deseo para que su destinatario realice la acción, es decir, comprar, convencerse, asumir una idea, etc. que la campaña persigue. La publicidad tiene una importancia cada vez mayor. Su acción es constante a través de los medios de comunicación, y su efecto se manifiesta en muchos comportamientos del hombre actual. Por ello, la publicidad se ha convertido en uno de los fenómenos más generalizado y característico de la sociedad.

### ***Comunicación Publicitaria.***

Es una información persuasiva que se debe basar en las motivaciones del destinatario de la misma. Es también solo un tipo particular de comunicación, una de las formas que ésta adopta al convertirse en una especialidad. La comunicación publicitaria es un caso particular de la comunicación masiva, que constituye uno de los fenómenos más importantes de la sociedad actual, en la que los intercambios de información son cada vez más complejos e intensos, debido a la rápida evolución de la tecnología.

Informar es transmitir un conocimiento, lo que no se puede deslindar de la forma de comunicarlo. Por tanto, en contra de los que algunos pretenden, el acto de informar no es neutro, ya que puede ser fluido a través de la forma de comunicar el conocimiento, dato, etc.

Transmitido así, la mera descripción de las características y del uso de un producto o servicio es una información, pero adquiere personalidad propia con la forma de comunicarla.

En este sentido, la información que transmite la publicidad no es neutra ni puramente descriptiva, porque esta orientada a producir un determinado efecto. La comunicación publicitaria tiene como objetivo influir en el comportamiento económico del público—objetivo a través de los mensajes que emite la empresa anunciante en los medios de comunicación de masas.

**Un ejemplo de Comunicación Publicitaria** es la campaña de publicidad del Plan Pond's Belleza en 7 días este está orientado a que las mujeres compren los productos de la empresa para satisfacer la necesidad que puedan sentir de embellecerse, el objetivo es sentirse admiradas y aceptadas por los demás. Por consiguiente el Plan Pond's basa su publicidad en la belleza que proporciona sus productos. La comunicación publicitaria contiene una argumentación destinada a persuadir de que el producto satisface la necesidad de ser atractivo. Por lo tanto, la publicidad ofrece una información que puede dar paso a la satisfacción de una necesidad generalmente sentida por las mujeres.

### ***Importancia de la Comunicación Publicitaria***

Su importancia es enorme. Según los datos de un estudio realizado por FUNDESCO en 1984 sobre la distribución de información en España, los libros y el cine representan solo el 4% del consumo total de información, la Televisión y la radio (que son 2 de los medios más importantes de publicidad) representan el 80% del consumo total mientras que los periódicos y las revistas se aproximan al 5% del total. Estos porcentajes ponen de manifiesto la preferencia del público, que cada vez se inclina más por los medios de comunicación con base electrónica como la Televisión. La comunicación publicitaria transmite una información para persuadir a su destinatario. Por otro lado la publicidad existe por muchas razones entre las que podemos destacar:

#### ***Es parte de nuestro sistema de comunicación***

#### ***Informa a la gente de la disponibilidad de productos y servicios***

#### ***Proporciona información que ayuda a tomar decisiones fundamentales***

#### ***Informa a la gente acerca de sus derechos y obligaciones como ciudadano***

La función informativa responde a la necesidad del comprador de conocer los productos y sus características para poder escoger el que más le satisface. La función persuasiva responde a la necesidad que tiene la empresa de que el comprador decida la adquisición de su productos, o lo que es lo mismo, de conseguir una preferencia de marca.

### ***Características de la comunicación publicitaria***

La comunicación publicitaria se caracteriza por ser: ***Masiva, Unidireccional y Persuasiva***

***Masiva***: es masiva porque el receptor del mensaje no es un individuo, sino un conjunto numeroso y disperso de ellos.

***Unidireccional***: es unidireccional porque va del emisor al receptor sin que exista una respuesta directa inmediata.

***Persuasiva***: es persuasiva porque la comunicación publicitaria tiene como objetivo incitar a su destinatario a adoptar una determinada actitud respecto a un producto, marca o empresa o a realizar un comportamiento de compra

El receptor de la comunicación publicitaria es un público masivo, heterogéneo, anónimo y disperso geográficamente, al que, sin embargo, delimita convirtiéndolo en público-objeto, con el fin de adoptar los mensajes publicitarios a sus características económicas, psicológicas y sociales. La comunicación que transmite es el principio de un proceso que desemboca en la adquisición del producto o servicio. El emisor de la comunicación publicitaria es siempre la empresa la que decide utilizarla para sus propios fines, mediante la difusión de una determinado mensaje. Este mensaje deberá expresarse de alguna forma (mediante palabras, texto, gráficos, imágenes, música, o una combinación de ellos), para poder ser vinculados a través de los medios publicitarios. ***Para que produzca efectos el mensaje ha de reunir las siguientes condiciones:*** Formularse y transmitirse de modo que capte la atención del receptor. Despertar necesidades de la personalidad de destinatario y sugerir maneras de satisfacerlas. La acción que el mensaje pueda sugerir debe ser adecuada a la situación del grupo en el que se encuentre el individuo en el momento en que es impulsado a dar respuesta adecuada. Estar en consonancia con las actitudes, los valores y las metas del receptor o al menos no pretender modificarlos bruscamente.

#### ***Estilos o tipos de comunicación publicitaria:***

La comunicación publicitaria transmite una información, consiste en una ventaja, a su destinatario. La ventaja puede referirse a un producto o servicio en sí mismo, o a la marca que lo identifica, o la empresa que lo produce, sin relacionarla directamente con sus productos. Ello da lugar a tres tipos de publicidad: de ***productos, de marca e institucional (empresa)***.

***Publicidad de producto:*** Con la Publicidad de producto la empresa se dirige al mercado, para que los compradores tengan conocimiento de la ventaja de dicho producto y de decidan a adquirirlo. La efectividad de producto depende, en gran parte, de los mecanismos psicológicos implicados en el acto de la compra. Cuando esta es impulsiva, el comprador actúa por estímulos repentinos e incontrolados que le llevan a efectuar la adquisición de un producto que, muchas veces, no tenía previsto.

***Publicidad de marca:*** La marca es un nombre, signo, símbolo, diseño o combinación de todos ellos que tiene como objetivo identificar un producto o servicio y diferenciarlo de los de la competencia. Para el comprador, además, constituye un medio de identificar la calidad u otras características del producto y representa, en parte una garantía de que aquella se mantengan. La evolución en el mercado de ciertas empresas con una mayor capacidad de producción de comercialización y de invención publicitaria da lugar a la identificación entre el producto y marca. Esta le confiere una credibilidad al producto por encima de sus propias características.

***Publicidad Institucional:*** Este tipo de publicidad se refiere genéricamente a la actividad que desarrolla en y para el mercado, pero abarca también el conjunto de las relaciones de la empresa con su entorno socioeconómico, no ya sólo como producto de bienes, sino como entidad que persigue objetivos propios de la comunidad en que esta asentada. La comunicación que tal sentido realiza la empresa no pretende que el comprador actúe de una determinada manera. La difusión de la imagen de la empresa corresponde a la publicidad institucional, que tiene como objetivo difundir las características que difieren a la empresa como

tal. La publicidad institucional tiene por objetivo legitimar a la empresa para lograr su aceptación por parte de toda la sociedad.

### ***Comunicación Publicitaria en anuncios Dom***

#### ***A nivel General:***

Las publicidades transmitidas por los diferentes medios de comunicación en algunas ocasiones son precarias, hay muchos anuncios televisivos que no llevan un mensaje claro y otros solamente no llevan el mensaje deseado. Es lamentable que en la Republica Dominicana se utilice la figura sensual de la mujer para anunciar un producto. La mayoría de los productos de bebidas principalmente escogen a una mujer bella y sexy para el lanzamiento de una campaña de dicho producto. ¿En que casos se da esto? En las bebidas alcohólicas, como ron brugal, presidente etc.

Por otra parte hay anuncios que si llevan un mensaje claro y podría decirse bonito al público en general. Muchos de estos anuncios se basan en niños, medicinas, etc. pero aun así son pocos. He llegado a la conclusión que muchos de las publicaciones no llegan dar un mensaje claro y preciso.

#### ***A nivel Particular:***

En esta ocasión detallare anuncios de radio, televisión, revista, periódico, vallas e Internet para su mayor comprensión en lo referente a la comunicación publicitaria.

#### ***Anuncios de Revistas:***

Este anuncio que vemos a nuestra izquierda el publicista utiliza un fondo rojo–vino, pero este fondo opaca a las revistas que están anunciando en la parte de atrás. Aunque tiene una buena utilización del color de letras en lo referente al fondo pero la variedad de letras no es necesaria.

Hay que tomar en cuenta que los colores de los anuncios deben ser bien pensados ya que después el arte final será un desorden de colores y estos no se complementaran y formaran una composición adecuada. El mensaje expuesto es muy bueno ya que nos da la información de que es una revista de salón y nos orienta en lo que esta conlleva.

Este anuncio muestra al público de la forma más llana y simple posible un producto para el secado del pelo. Esto indica que estamos ante un anuncio plano y sin implicaciones, por parte de la compañía, de ningún tipo.

El mensaje que este anuncio genera es que el blower CONAIR el lo mejor o lo mas indicado para el secado del pelo. En ningún momento nos habla de nada referente a este solo posee un titulo que esta un poco difuso que nos podría ayudar a saber de que se esta hablando. Una persona cualquiera podría pensar que se trata de una estética o salón de belleza. Luego si una persona mira tal vez a través de una lupa podría distinguir los distribuidores y sus teléfonos.

El estilo de este anuncio se puede tomar como formal. La utilización de un fondo en poca profundidad de campo puede darle un buen estilo a esta propaganda, en algunos casos esto puede ser traicionero ya que las letras blancas en su mayoría se confunden o se pierden en esta publicidad.

Aunque el mensaje de este anuncio es ilumíname con Color Fusión la única iluminación que este conlleva es la que tienen los productos de este empresa, mientras que la que lleva la mujer se pierde con el fondo, el empleo de un borde negro en la parte inferior del anuncio es un buen empleo para dar a conocer la marca y

distribuidor de la misma.

Bonito fondo, bonita chica, en realidad es lo que mas destaca de este anuncio. Se supone que la empresa Pantene está anunciando unos productos pero los productos casi ni se notan en la publicidad.

Analizando este anuncio desde la perspectiva de un diseñador grafico lo que mas se destaca es la chica, ya que al pasar la pagina, si tuviéramos la revista, es lo primero que vemos. Las letras se pierden al ser tan delgadas y los productor a anunciarse están muy pequeños.

Aunque muchas veces nos preguntamos serán de verdad estos hielos y esta agua que se ve aquí, la coca cola siempre realiza campañas pensando en el complemento y mensaje que quiere brindar. En este anuncio las letras blancas se podrían perder en el fondo pero ellos resolvieron este problema dándole un borde negro a estas. Sin embargo el producto es la coca cola pero el mensaje es que la botella es retornable. Este mensaje da a conocer el interés por la coca cola en la contaminación y en la basura que existen y hasta hace pensar al consumidor sobre este.

#### ***Anuncios de televisión:***

##### ***Pinturas Domastur***

(Este anuncio empieza con una chica saltando la cuerda) dura 9 seg. Y luego dice:

" Al pintar basta con una mano

" Pinturas Domastur

Al inicio del anuncio el televidente podría pensar que es cualquier cosa, solo al decir Al pintar basta con una mano se entiende que son las pinturas Domastur. El mensaje que este anuncio trae consigo es interesante ya que la empresa considera, debido a la calidad de sus productos, que la pintura les debe rendir más que las otras a los consumidores. Este es realmente el mensaje del anuncio, pero aun así se podría lograr más de lo que se tiene en lo referente a su mensaje.

##### ***Ron brugal***

Este anuncio empieza con un pianista en un bar tocando una melodía suave y luego que este termina y se levanta uno de los ocupantes del bar se sienta y toca la melodía del Ron Brugal de manera animada rodeado de muchas mujeres.

Esto dura 37 seg. Luego dice:

Lo bueno llega a ser perfecto con Brugal extra viejo la perfección.

El anuncio posee muy buena ambientación y calidad pero, siempre asocian la mujer sexy con los anuncios de bebidas alcohólicas. Al parecer el mensaje que este quiere transmitir al público es que el momento que éste esta disfrutando al tomar el ron y tocar el piano es bueno y se vuelve perfecto cuando las chicas se le unen. Considero que este tipo de anuncios ya son una monotonía porque siempre que hay un anuncio de bebidas hay una mujer implicada es como sino tuvieran otra figura que llamara la atención. En muchas ocasiones lo que les interesa al televidente no es el ron sino la mujer o mujeres que el anuncio traiga consigo.

##### ***Toallas Nosotras Plus***

Oh, oh el turno para el buz oscuro No! Otra vez! Generalmente esconde su inseguridad en mí

¿Que pasa? ¿Si tiene el periodo porque esta tan segura?

Porque ahora con nosotras plus de siempre en cualquiera de sus dos cubiertas tipo tela o rapisec tiene un novedoso sistema de canales para estar mas segura y gel en su interior que gelatiniza la humedad así de rápido para estar limpia y seca todo el tiempo para nosotras las nuevas nosotras plus lleva con tu cubierta favorita tipo tela o rapisec y con seguridad no pasara ningún accidente.

El mensaje que transmite este anuncio es excelente ya que nos muestra; a las mujeres; que con ese producto nos sentiremos segura en ese momento de tensión que llega cada mes. De una manera graciosa la publicidad hecha para este producto que es Nosotras Plus ha sido llamativo y simpático porque a la vez que nos muestra la seriedad y la preocupación que tenemos toda mujer durante esos días también nos muestra a través de un suéter que habla lo importante que es para nosotras que nos suceda un accidente de esa magnitud.

### ***Baninter***

Día a día vistiendo la escuela de sueños sembrando los frutos de esfuerzos camina mi pueblo mirando hacia el cielo radiando la noche con la fe encendida mujeres y hombres cantando al futuro unidos por siempre, por siempre, brindando esperanza andando de frente y la vida haciendo frutos de los sueños que van día a día trabajando duro para que el mañana den ya.

Para quienes día a día con su esfuerzo construyen la patria esta Baninter con todas las posibilidades.

El mensaje oculto nos muestra que tenemos que ahorrar y pensar en el futuro no solo de nosotros sino también en el de nuestras familias. También nos dice que desde la escuela soñamos con un mundo mejor tanto para nosotros como para los demás y que un buen comienzo para que esto llegue a suceder es ahorrando con Baninter. Este tipo de anuncios son los que realmente podemos catalogar de 5 estrellas nos muestra de manera sencilla pero con elegancia a las personas que trabajan duro desde pequeños para lograr a tener lo que tienen cuando son grandes.

### ***Dewar's***

Aquí tengo uno de mis clientes fijos, vino por primera vez en el año 97 con Claudia ambos ordenaron Dewar's

En el 98 entro con María,

Al año siguiente con Sofía

Adivinen con quien entro esta vez, Claudia hay que admirar a un hombre que sabe lo que quiere

Un anuncio excelente a parte de la elegancia con la cual fue creado también esta el mensaje que transmite, siempre hay que saber lo que se quiere antes de hacer algo. Muchas personas actúan impulsivamente y luego están en problemas eso es algo que hay que tomar en cuenta. Considero que es excelente porque aparte de todo lo dicho anteriormente aquí no se esta utilizando de manera directa a la mujer ya que lo que este refleja son los intereses de hombre en cuestión.

### ***Anuncios de Periódicos:***

Contiene una excelente información para las personas que están interesadas en esta carrera. Las imágenes se complementan totalmente con el mensaje que este quiere dar. La gran ventaja de los anuncios de periódicos es que estos generalmente contienen información a rebosar en muchas ocasiones esto no es necesario pero en este anuncio en particular es lo mas adecuado.

Es lamentable la poca calidad del soporte que se utiliza para el periódico, es por esto que las imágenes pierden calidad. El anuncio de Nestle trata de darnos la mayor información posible pero el empleo de los colores y de los colores en las letras nos hace difícil su apreciación. Aunque por lo escrito sabemos que nos están anunciando el producto pierde fuerza en su presentación.

Uhhmm se ve apetitoso, muy rico, muy buen anuncio de la Pizza Hut capta la atención del público pero aun así el anuncio se lee con dificultad, hay que tomar en cuenta que este tipo de anuncios son de periódicos y las personas se detienen a leerlos mas detenidamente, por consiguiente se le debe brindar al público algo claro y entendible.

El anuncio es confuso en lo referente a la letra de tal manera que hasta es casi imposible de leer por una persona que lleve lentes. La utilización del fondo no va acorde con el color de la letra ni con el tipo de letra. La imágenes de los productos que se están anunciando es muy pequeña para que el consumidor se interese en estas y la composición de estas con el fondo es muy precaria. El mensaje que este aporta es que por un precio económico puedes disfrutar de 3 días de fiestas en el monumento de santiago, ya sea solo o con tus amigos.

Excelente composición y utilización del color, con solo verlo se determina que mensaje desea transmitir. Nos enseña lo que veríamos si fuéramos a este evento que es único. Contiene toda la información necesaria y donde se podría comunicar el interesado si tiene alguna duda con respecto a este. Un evento que interesaría a cualquiera ya que el patinaje sobre hielo es algo inusual en nuestro país, por lo tanto es una atracción muy bien recibida.

### ***Anuncios de Radio***

#### ***Radio el Sol***

Soy de esta tierra caribe alma que vive en un tambor cuerpo de mar y arena que recibe bailando alegre el señor sol pedacito de isla azul y verde donde cada corazón es un cantor de un cantado que tiene ganas de crecer y ser mejor gente gozando en la avenida algarabía y bonche en el colmadon y la tristeza siempre detenida en un sabor de música tabaco y ron con Radio el Sol Soy de esta tierra, tierra caribe alma que vive en un tambor corazón alegre que te recibe día y noche con radio el sol, con radio el sol.

Excelente anuncio lleva un mensaje bello aunque solo trate de una emisora. Esta quiere dar conocer lo que ellos transmiten al público, como son la música caribeña que nos destaca y las internacionales. Interpretado por Miriam una merenguera famosa que le da su toque especial a dicho anuncio. Se nota que este mensaje va dirigido principalmente a un pueblo dominicano que es alegre y que mantiene la tristeza lejos.

#### ***PL Puntas de Ejes***

Atención Herrera, atención herrera, PL puntas de eje repuestos nuevos y usados nuevos tipos de puntas de eje para su vehículo japonés y versión americana le damos tres meses de garantía y servicios de taller con las atenciones de Franklin y Jenny Guerrero con un 10% de descuento Martes y jueves Isabel Aguiar 122<sup>a</sup> en herrera teléfono 530-0022 PL puntas de eje.

Una empresa dedicada a las puntas de ejes para vehículos. Nos notifica que ellos poseen las puntas de ejes que nuestros carros necesitan con descuentos y garantías excelentes. Sin importar la versión del carro. Aunque no aclaran si el modelo del carro sería un problema para ellos. Sin embargo, al ellos no aclararlo se supone que esto no debe importar.

#### ***Maderera Almanzar***

Maderera Almanzar venta de todo tipo de madera marcos puertas play bus y cinc nuestra especialidad es

cedro y caoba acabamos de recibir un cargamento de play bus de cedro y pino y formica llame y compare precios 566–2390 Maderera Almanzar calle No.5 en villa consuelo ahora con IMDS precio al detalle igual que al por mayor procure los grandes especiales de play bus brasileños Maderera Almanzar.

Tal vez muchos de ustedes no utilizan maderas o no requieren de comprarlas directamente. Maderera Almanzar nos brinda una amplia gama de maderas para que podamos elegir con una diversidad de ofertas. Este es el mensaje que considero que proyecta. Aunque muchas personas no se vean en la necesidad de comprar maderas todos nos vemos envueltos en algún momento ya sea directa o indirectamente en ella. ¿Porque? Porque algún mueble de nuestra casa es de madera.

### ***Centauros de security groups***

Disfruta tu vida protege lo tuyo con centauros a tu lado el mundo esta seguro centauros de security groups te brinda una combinación de los mas efectivos sistemas de protección de cimiento e investigación de bienes individuos grupos y eventos de toda magnitud confíe su seguridad centauros security Disfruta tu vida protege lo tuyo con centauros a tu lado el mundo esta seguro centauros de security groups profesionalismo y tecnología al servicio de ti seguridad avenida 27 de febrero No.12 Santo Domingo.

Hay ocasiones en que necesitamos seguridad para proteger algo o a alguien Centauros de security groups es una buena empresa donde podemos encontrar todos los servicios de seguridad que necesitemos. El mensaje que considero como real es este, ya que la empresa es sobre seguridad tanto personal como no personal. Hay situaciones en la cuales nos vemos en la necesidad de contratar servicios especializados en seguridad para la protección de nuestra persona y Centauros de security groups es una de las mejores opciones.

### ***Terraza comedor Jasón mariscos de José Vidal Cocino y Familia***

Terraza comedor Jasón mariscos de José Vidal Cocino y Familia pescado frito, pescado con coco, pescado al vapor, lambi guisado, lambi al ajillo, lambi a la vinagreta ,camarones, pulpo al ajillo de todo terraza comedor Jasón marisco calle 4 de Agosto esquina calle 2da detrás de la cancha de filosa Terraza comedor Jasón mariscos de José Vidal Cocino y Familia.

Las personas que gustan de comer mariscos pueden dirigirse a esta terraza donde se le brindara el mejor servicio y los mejores platos de marisco en un ambiente ameno y en familia. Un mensaje muy atrayente para las personas que deseen un momento agradable con sus familia, amigos y hasta socios. Esta terraza comedor nos brinda una amplia carta de platos en los que destacan el pescado, lambi, camarones, pulpos y demás en sus distintas preparaciones para el gusto preferencial de los clientes.

Paginas de Internet

[www.terra.com.do](http://www.terra.com.do)

Es una excelente página su diseño es sencillo y las personas que deseen buscar algún tema lo puede encontrar fácilmente utilizando el buscador. Posee una amplia sección que contienen noticia, reportajes, entrevistas, historia y cultura, galerías, exclusivos y demás. Una Web dedicada a la información sobre república dominicana y eventos efectuados en ella.

[www.empleos.com.do](http://www.empleos.com.do)

Es una Web que nos permite alojarnos en ella dando nuestros datos como si fueran un currículum para obtener empleo. Esta página funciona de manera gratuita la persona que desea conseguir empleo solo debe registrarse y dejar sus datos en la Web para que las empresas alojadas en esta puedan elegir entre los solicitantes. Estos se pueden comunicar con ellos a través de sus correos o números de teléfonos.

[www.mundodominicano.com](http://www.mundodominicano.com)

Nos brinda una amplia gama de servicios y un buscador donde podrás encontrar todo lo referente a la República Dominicana. Mundo Dominicano es una página con un diseño sencillo que no complica la navegación del usuario como otras páginas de Internet. Tiene sus secciones en el lado izquierdo de la página e inclusive en la parte superior de esta.

[www.dominicana.com](http://www.dominicana.com)

Web de diseño simple que contiene solo lo esencial en una página de Internet dominicana. Tiene la ventaja de contar con el buscador GOOGLE que nos permite buscar en páginas dominicanas. Amplias secciones de información, turismo, historia, etc. Buscador de páginas amarillas y noticias de periódicos.

[www.communities.msn.es/DOMINICANOSPARAELMUNDO](http://www.communities.msn.es/DOMINICANOSPARAELMUNDO)

República Dominicana en conexión con el resto del Mundo. Es una comunidad virtual donde los usuarios intercambian cultura, fotos, mensajes, etc. Para ir a esta página tienes que ser un participante de esta comunidad. Para identificar a los participantes se utilizan Passport. Si no eres participante, puedes solicitar incorporarte una vez que te hayas registrado. Utiliza tu propia dirección de correo electrónico como nombre de inicio de sesión.

#### ***Anuncios de Vallas:***

Valla Shell Defenda

**Criticas:** es una excelente valla, sus colores atraen la vista del público, pero si ni dijera shell y tuviera el logotipo de la shell no se sabría para que es. Solo una persona que este familiarizada con ella, al ver el pececito podría decir que es un tipo de gasolina.

**Sugerencia:** aunque las vallas no deben tener mucha información ya que es para que las personas que transitan en vehículos las vean considero que debe tener mas información y que el logo de la shell sea mas grande.

Valla acme

Critica: esta valla a mi parecer no es muy buena, ya que solo muestra un chico acostado con unos jeans y una persona que no conozca estos jeans no sabría que tiene que ver la imagen con el nombre Acme.

Sugerencia: la letra de collection debe ser mas grande y así por igual el numero de teléfono. Hay que dar mas información sobre el jeans o poner Acme jeans.

Valla Coca Cola

Critica: el predominante color rojo en los anuncios que tiene coca Cola, siempre es lo mismo creo que ya es una identidad de esta empresa, o lo ha sido siempre. Posee poca información en esta. Aun siendo una valla.

Sugerencia: Agregarle mas información para el conocimiento del publico. Aunque el color rojo de la coca cola es, diría que obligatorio no hacerlo tan rojo donde todo lo que se ve es el rojo y nada mas

Valla

#### ***Información del trabajo***

- Enciclopedia de publicidad

### ***Anuncios de revista***

- Revista Mi Salón (Rep. Dom.)

Edición de mayo del 2002

### ***Anuncios de Periódicos***

- Periódico Ultima Hora
- Periódico Diario Libre
- Periódico El Día

### ***Anuncios de Radio***

- Radio el Sol

### ***Anuncios de Televisión***

- Tele micro la Opción

Canal 5 (Rep. Dom.)

### ***Paginas de Internet***

Fueron encontradas gracias al buscador:

[www.Google.com](http://www.Google.com)

### ***Anuncios de Vallas***

Obtenidos de diferentes puntos de la capital

El trabajo que acabo de concluir me hizo entender que importancia tiene la comunicación publicitaria para todos. A través de la historia del hombre nos damos cuenta como influye la comunicación y la publicidad. En aquellos tiempos los productos se vendían a través de carteles que tenían como manifestación social y artística la importancia de reflejar los gustos del pueblo.

La comunicación es algo que siempre ha estado con nosotros y que ha evolucionado a través de los años brindándonos más conocimientos y más oportunidades como individuos. Este trabajo refleja que tanto la comunicación como la publicidad van a la par, ya que gracias a ellas el público puede conocer y adquirir un producto determinado.

Espero que esta obra haya aclarado las dudas referentes a la comunicación publicitaria y hayan podido entender su importancia. Por otro lado, hemos contemplado muy rápidamente por la limitación d espacio a la que nos hemos de someter lo que es la comunicación, la publicidad y la comunicación publicitaria.

A través de estas páginas no hemos pretendido enseñar nada nuevo sino mostrar lo que ya estaba ahí. Solo me queda agradecer a las personas que me ayudaron a crear esta pequeña obra, ya que sin ellos no la hubiera podido realizar.