

La percepción

«Conjunto de procesos y actividades relacionados con la estimulación que alcanza a los sentidos, mediante los cuales obtenemos información respecto a nuestro hábitat, las acciones que efectuamos en él y nuestros propios estados internos»

- Así pues, la percepción es la imagen mental que se forma con ayuda de la experiencia y necesidades. Es resultado de un proceso de selección, interpretación y corrección de sensaciones. Es personal, selectiva y temporal
 - ➡ **«Personal»** Las reacciones a un mismo estímulo varían de un individuo a otro. De ahí que en publicidad es importante conocer las reacciones a un mismo estímulo para identificar los usos posibles
 - ➡ **«Selectiva»** la persona que no puede percibir todo al mismo tiempo y selecciona su campo perceptual, en función de su interés, motivación...
 - ➡ **«Temporal»** es un fenómeno a corto plazo. La forma en que los individuos llevan a cabo el proceso de percepción evoluciona a medida que se enriquecen las experiencias, o varían las necesidades y motivaciones de los mismos

Componentes de la percepción

- Aunque los estímulos sensoriales pueden ser los mismos, para todas las personas, cada una de ellas percibirá cosas distintas. Este fenómeno nos lleva a concebir la percepción como resultado de dos tipos de inputs:
 - ➡ **«Las sensaciones o el estímulo físico»** que proviene del medio externo, en forma de imágenes, sonidos, aromas, etc.
 - ➡ **«Los inputs internos»** que provienen del individuo, como son las necesidades, motivaciones y experiencia previa, y que proporcionarán una elaboración psicológica distinta de cada uno de los estímulos externos.
- Algunos de los factores internos que influyen en la percepción del individuo son:
 - ➡ **«Necesidad»** el reconocimiento de la carencia de algo. La necesidad existe sin que haya un bien destinado a satisfacerla
 - ➡ **«Motivación»** Es la búsqueda de la satisfacción de la necesidad, Está muy vinculada a las necesidades, sin embargo, no actúan siempre conjuntamente
 - ➡ **«Experiencia»** El efecto acumulativo de las experiencias cambia las formas de percepción y respuesta.

El proceso de percepción

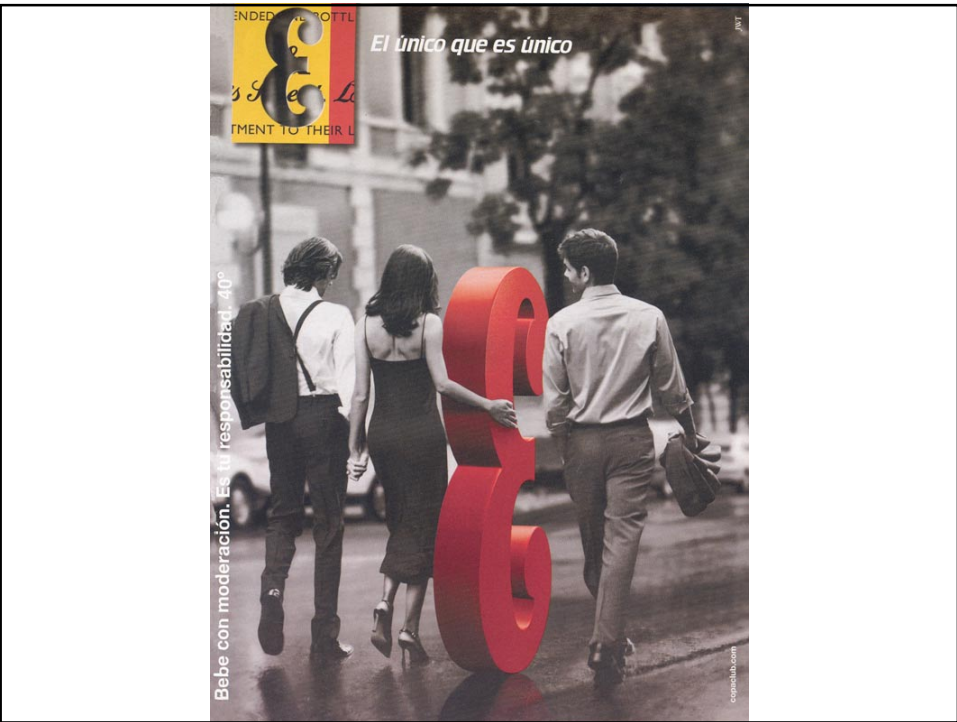
- La percepción es un proceso que se realiza en tres fases: Selección, organización e interpretación
 - ➡ «**Selección**» . La percepción selectiva se refiere al hecho de que el sujeto percibe aquellos mensajes a que está expuesto según sus actitudes, intereses, escala de valores y necesidades. Por eso la publicidad:
 - Intenta dar utilidad, al menos aparente, a la información que maneja.
 - Procura la estimulación por la novedad, al menos visual, del mensaje..
 - Intenta reforzar las actitudes previas, siempre que sea posible, en lugar de tratar de modificarlas.
 - El proceso de selección de los estímulos puede estar influido por : «
 - «**Naturaleza del estímulo**» : tamaño. color, luz , forma, movimiento, intensidad, detalle, contraste, emplazamiento....
 - «**Los aspectos internos del individuo**» : Expectativas, motivaciones
 - ➡ «**La organización**» Una vez seleccionados los estímulos Las personas los clasifican de modo rápido asignándoles un significado que varía según cómo han sido clasificadas, obteniéndose distintos resultados.
 - ➡ «**La interpretación** » es la última fase del proceso perceptual, que trata de dar contenido a los estímulos previamente seleccionados y organizados.

La percepción de los factores publicitarios

- Para captar la atención y conseguir la percepción del público objeto en un anuncio gráfico se recurre a :
 - ➡ «**Diagramación**»: Trata de la composición de los distintos elementos y trata de que el receptor capte todas y cada una de las partes de su composición
 - ➡ «**El logotipo** » : Es la firma del anuncio. Sobre él recae el recuerdo de la marca en el momento de la compra
 - ➡ «**El slogan**» : Es una fórmula breve, concisa, fácil de retener debido a su brevedad y habilidad para impresionar la mente.
 - ➡ «**El cuerpo de texto**» : apoya y complementa al titular y a la imagen gráfica, razonando las ventajas y características del producto. La atención y la memorización dan preferencia a ciertas palabras, especialmente a las que tienen una fuerte tonalidad afectiva y emotiva.
 - ➡ «**El cromatismo**» : El color tiene una percepción psicológica influyente, y evolucionan con los estilos de vida, la moda, la edad, etc.
 - ➡ «**La imagen gráfica**» : Puede percibirse a través de la fotografía, la ilustración, grafismo, o la combinación de las tres anteriores, cumpliendo las funciones de informar, llamar la atención, motivar, etc.
 - ➡ «**El medio y el soporte**» : La publicidad debe adaptarse al medio al cual va destinado

Figura fondo





Inclusividad

Figura y fondo forman un todo

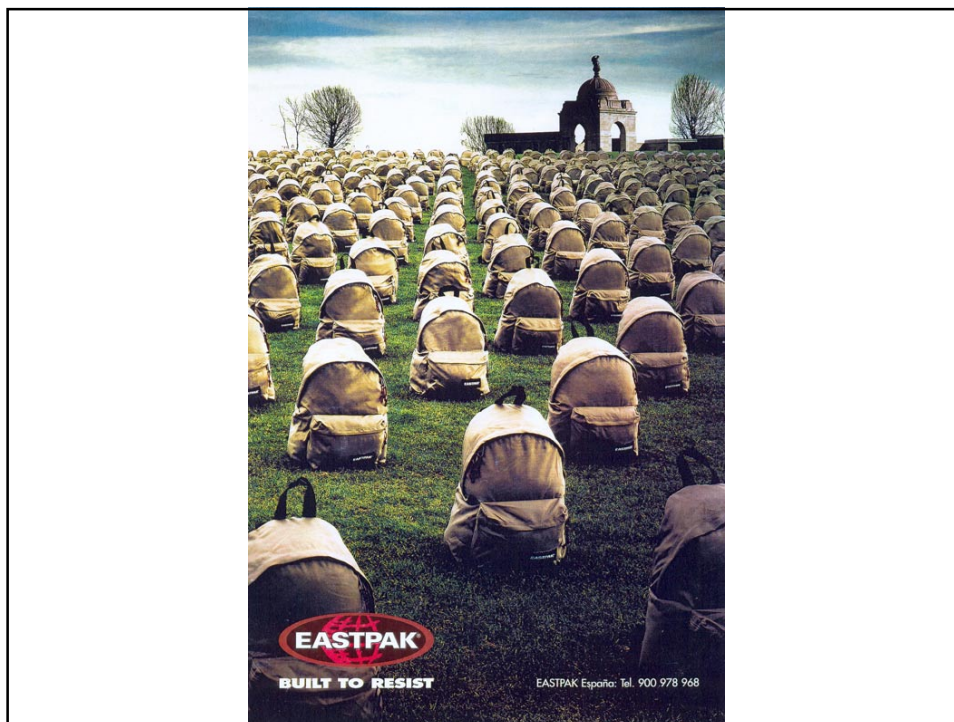


MICHELIN PILOT EXALTO
TRAZADA PERFECTA.

Los nuevos neumáticos Michelin Pilot Exalto perfeccionan el comportamiento de su vehículo, garantizando la máxima sensación en la conducción gracias a un dominio perfecto de la traza.

Muestran mejores prestaciones, siempre.

Semejanza



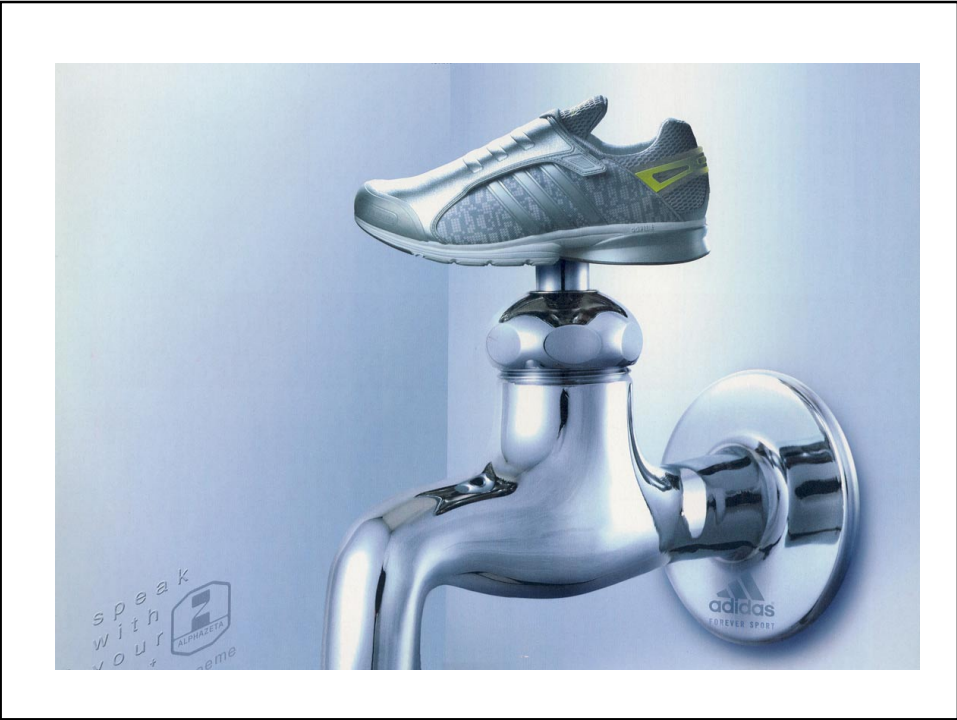
Las Autoridades Sanitarias advierten: fumar perjudica gravemente su salud y la de los que están a su alrededor.

Equivalencia

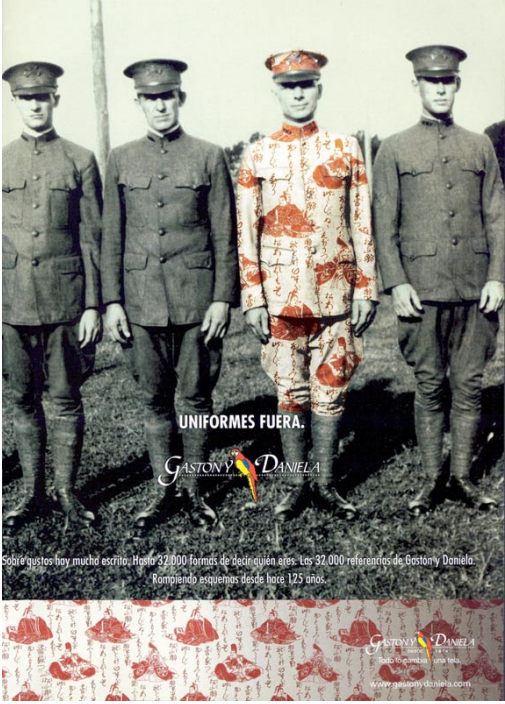
Derivada de la semejanza, aceptamos elementos distintos por iguales



Las autoridades sanitarias advierten: fumar perjudica gravemente su salud y la de los que están a su alrededor. Nic.: 0,6 mg. Alq.: 8 mg. CO: 9 mg.



Contraste



UNIFORMES FUERA.

GASTON Y DANIELA

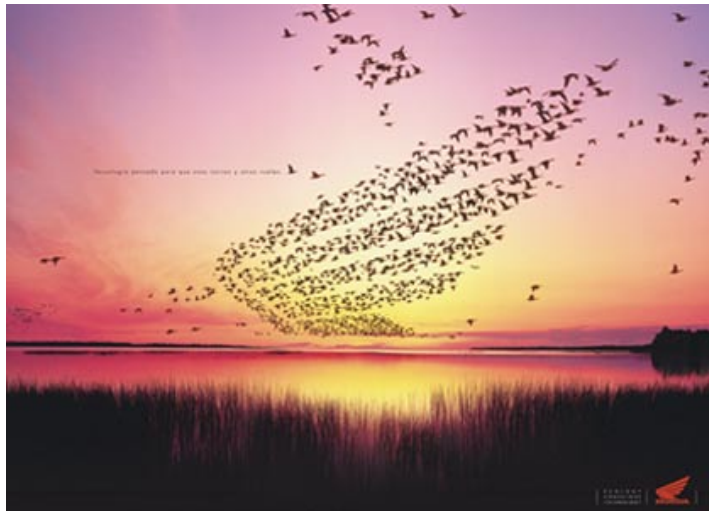
Sobre gustos hay mucho escrito. Hasta 32.000 formas de decir quién eres. Las 32.000 referencias de Gastón y Daniela.
Rompiendo esquemas desde hace 125 años.

GASTON Y DANIELA
1840
Todo lo cambia. Una tela.
www.gastonydaniela.com

Armadura,

Milano Rome Florence Venice Capri Paris Monte Carlo Cannes Madrid
Barcelona Marbella Lisbon Antwerp Moscow Tokyo Osaka Singapore Taipei

Proximidad



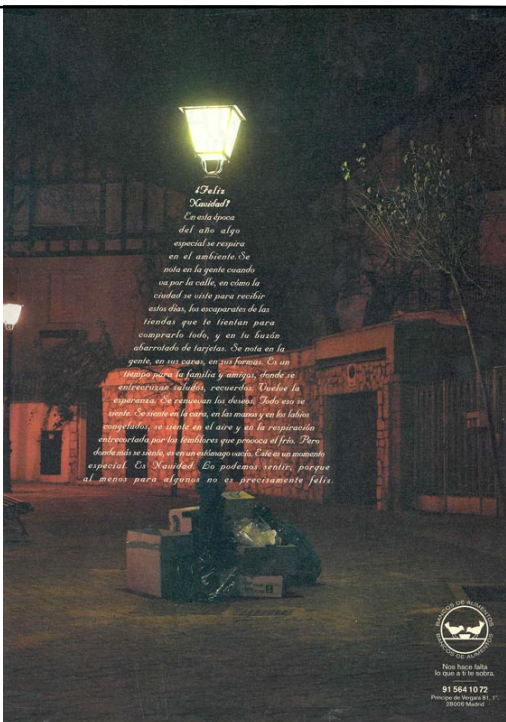
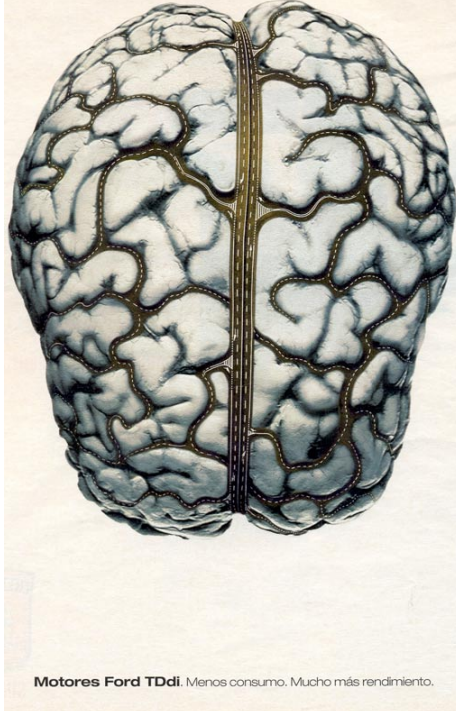
Siempre hay una buena razón para pensar en tu hogar. En Cosas de Casa encontrarás miles de complementos para decorar tu hogar a unos precios que te sorprenderán. Acércate, cada vez descubrirás más cosas para ti... para tu casa.

COSAS DE CASA
www.cosasdecasa.es


ALBA: VITORIA-GASTIZO C/ Famoso 25 • ALICANTE: ALICANTE C/ Rosario 1 • ALICANTE: ALICANTE C/ Alemania 10 • DENIA: C/ Pablos Ferrández 23 • EL DICH: C/ Reina Victoria 9 • ELDA: C/ Antonio Vera 37 • GANDÍA: P/ta C/ Galceran 30 • ALMERÍA: ISRA C/ Obispo Alvar 236 • BADAJOZ: Av. Juan Carlos I 56 • EL EJIDO: Paseo Juan Carlos I 15 • BARRAZ: VILLANUEVA DE LA SIERRA C/ José Antonio 14 • BARCELONA: BARCELONA Ronda Sardenya Pas 31 • BILBAO: C/ San Juan 14 • BILBAO: SAN TERNANDEU C/ Canal 88 • BUSTARIZ: CALZADA DE SAN JUAN C/ Mercedes 7 • BIZKAIA: BILBAO C/ Paseo Colón 54 • HUELVA: NÚÑEZ C/ Crayana 12 • LA RIOJA: VARGO C/ Chantrea 42 • LEÓN: LOGROÑO: Av. Calvo Sotelo 6 • LEÓN: LEÓN Pazo de Meza C/ Rufa Arca 18 • MADRID: MADRID ESTACION Central 117 • MADRID: Av. Reyes y Calle Alcalá 66 • MADRID: LA CAJERILLA 9 • MADRID: C/ Alcala 66 • SAN PEDRO DE ALBARRACÍN: P.º Juan Manuel 7 Local 1 • MADRID: MADRID C/ Bravo Murillo 112 • C/ Ochoa 3 • LAS ROJAS: Pab. Compañía, Calle 3-11 • TORREJÓN DE ARDOZ: Plaza Mayor 3 • MURCIA: CARTAGENA C/ San Juan 2 local 2 y 3 • MURCIA: PASADIZO C/ Castell de Mayo 24 • VALENCIA: GARDIA C/ San Rafael 41 • G/ Gran Via Generalitat 24 • VALLADOLID: VALLADOLID C/ Práxedes 10-14 • INFORMACIÓN FINANCIERA: TEL. 93 848 83 88

Reconocimiento

Se juega con formas que nos son fácilmente reconocibles



*¿Falta Navidad?
En esta época del año algo especial se respira en el ambiente. Se nota en la gente cuando va por la calle, en cómo la ciudad se viste para recibir estos días, los escaparates de las tiendas que te tientan para comprar la tarta, y en la fiesta abarrotada de tarjetas. Se nota en la gente, en sus casas, en sus formas. Es un tiempo para la familia y amigos, donde se intercambian saludos, recuerdos. Vuelven las tradiciones. Se pisan las botas. De lo que se siente. Se siente en la mano y en los labios empolvados, se siente en el aire y en la respiración entrecortada por los traidores que provocan el frío. Pero desde más se siente, en un silencio vacío. Es así un momento especial. Es Navidad. Es podemos sentir, porque al menos para algunos no es precisamente feliz.*


Nos hace falta lo que a ti le sobra.
81 564 1072
Promoción Financiera
© 2008 Ford

LA MÚSICA LLENA MADRID 365 DÍAS AL AÑO.

La Comunidad de Madrid se mueve al ritmo del teatro y sus espectaculares musicales. Las luces y las mariposas de sus salas y teatros invitan al visitante a dejarse llevar por la magia de las mejores puestas en escena. El jazz, la ópera, y los más afamados musicales de Broadway llenan Madrid de ritmo. El próximo fin de semana está invitado. Se abre el telón.

Si vienes a Madrid, ya eres de Madrid.

www.turmadrid.org

 La Suma de Todos
 Comunidad de Madrid

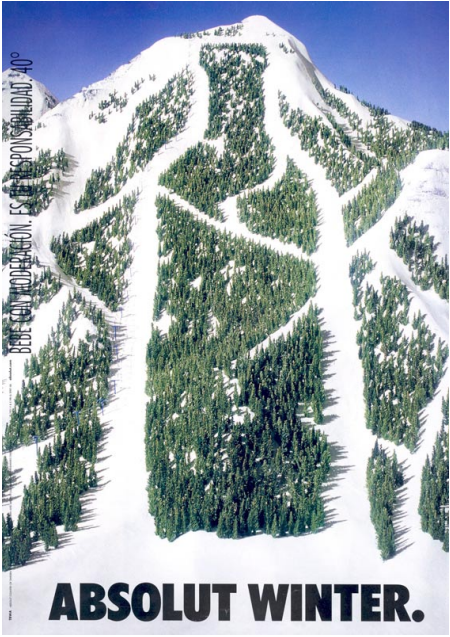
Ruptura

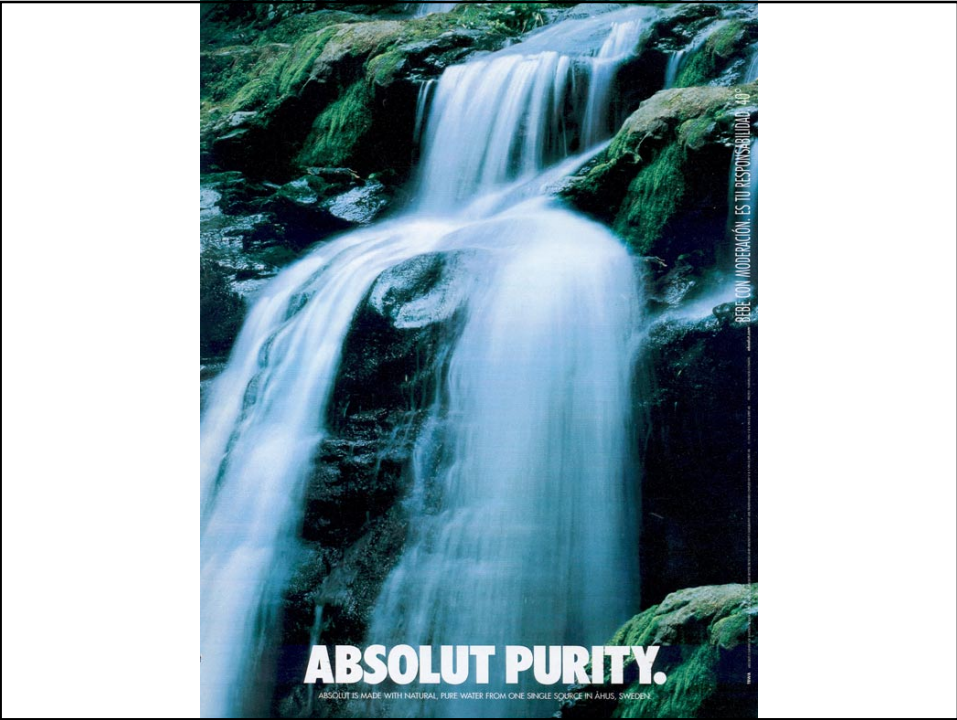
Se rompen las reglas de la percepción visual

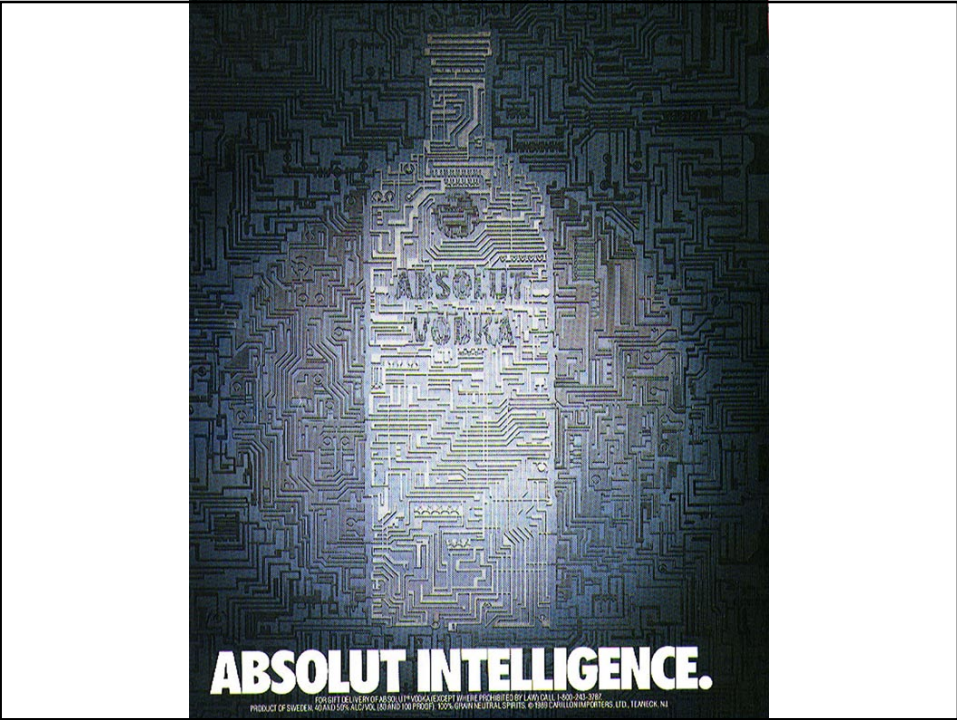
CAMPEONATO DE ESPAÑA 2003
J&B VOLEY PLAYA

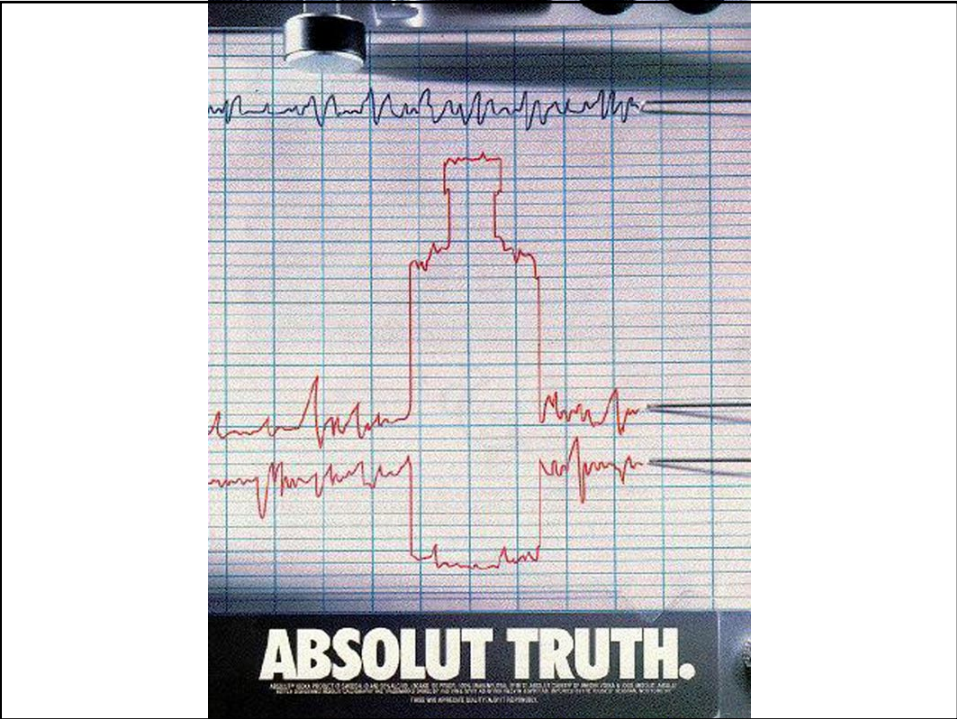
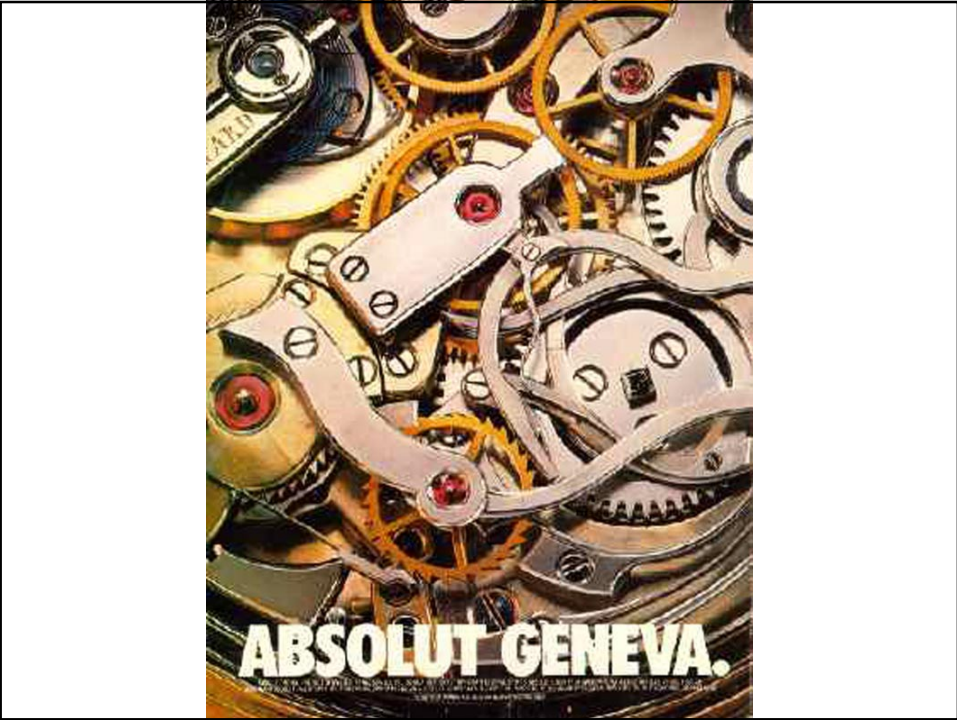


Ejemplos de Campañas

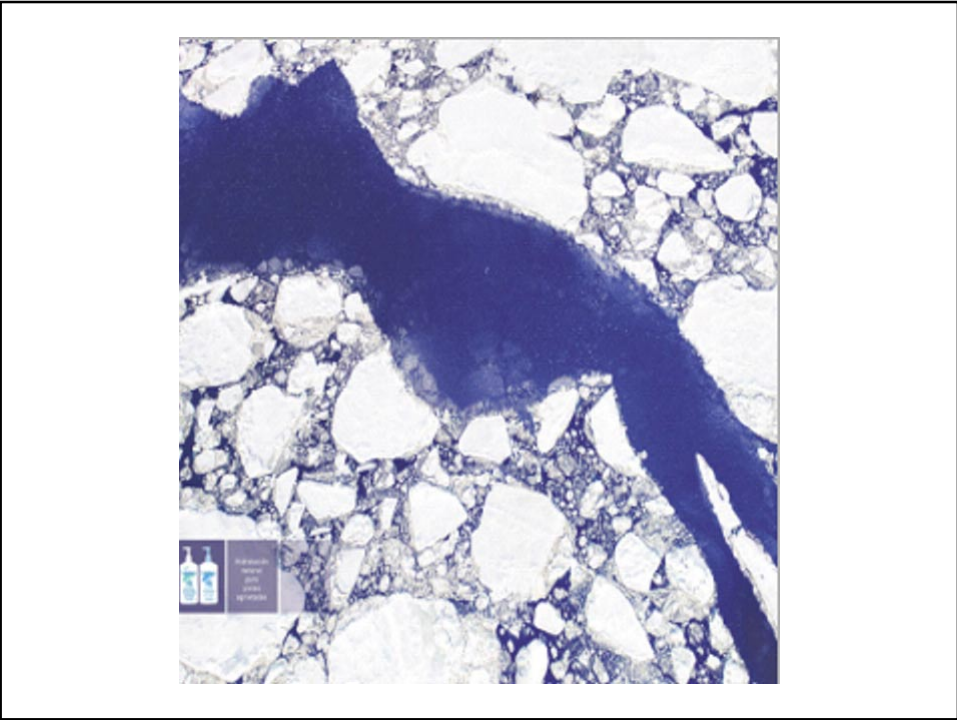












Analizar una selección de anuncios

- Analizar desde el punto de vista de la percepción una selección de anuncios .
(Un mínimo de 20). Teniendo en cuenta el siguiente esquema:

