

5. LA PUBLICITÉ

► Une publicité ou une affiche publicitaire ont été créées dans le but de vendre un produit ou de transmettre un message.

1. Il faut donc d'abord voir quelle est la cible, quel est le produit proposé ou le message transmis, et identifier celui (entreprise, organisme...) qui est à l'origine du message.

2. L'abondance des documents publicitaires est telle actuellement que l'objectif premier du publicitaire sera d'attirer l'attention et de la retenir pour faire passer le message. On relevera les éléments présents dans le message (image, texte, slogan...) et on cherchera leur interaction. On dégagera ainsi les ressorts de cette publicité, chaque élément jouant un rôle spécifique dans un ensemble cohérent. Ainsi, texte et image peuvent aller dans le même sens et être redondants ou au contraire s'opposer pour produire un effet de surprise. On remarquera que l'effet de surprise, présent très fréquemment pour attirer l'attention, est souvent provoqué par la juxtaposition inattendue de deux éléments de nature différente: il peut s'agir par exemple de « détournement » de sens (anachronismes, ruptures de ton...) ou de jeux de mots.

3. Pour réussir à capter l'attention, à plaire, puis à convaincre, le publicitaire pourra jouer de plusieurs registres: il s'agira selon les cas d'amuser ou /et de séduire, d'éveiller la curiosité, de créer un sentiment de complicité, de faire naître des émotions...

➤ Para presentar

Este anuncio promueve... intenta promover...
El anunciante quiere atraer / seducir a...
El publicitario pregona las cualidades de...
El objetivo es...

➤ Para describir y comentar

El producto / la marca
El patrocinador: *le sponsor*
El lema: *le slogan*
El logotipo: *le logo*
El cartel: *l'affiche*

➤ Colores y maqueta:

Un dibujo atractivo: *un dessin attirant*
Los colores llamativos: *les couleurs vives*
Patrocinar una campaña publicitaria: *parrainer une campagne publicitaire*
El fotomontaje
El refrán: *le proverbe*
La complementariedad / la oposición
La tipografía
En negrilla: *en gras*
El tamaño: *la taille*

➤ Lo que llama la atención:

La originalidad... / el desfase...
El juego de palabras / de vocablos...: *le jeu de mots*
El público meta: *la cible*

➤ Los resortes que contribuyen a enganchar: les ressorts qui contribuent à accrocher le lecteur...

Los diferentes elementos se completan (o se oponen)
La impresión de sorpresa nace de, surge de...
Todos los elementos contribuyen a...
Esta imagen, frase... surte un efecto...: *produit un effet*

➤ Para concluir

➤ Hablar de la eficacia del anuncio:

Una publicidad acertada / eficaz
¿Crea o no un deseo esta publicidad?
¿Logra o no el publicitario atraer / seducir / al consumidor?
¿Alcanza su meta el anuncio?: *La publicité atteint-elle son but?*
Persuade al consumidor porque...