



# Publicidad de la Publicidad (Spanish Edition)

*Gloria Gomez-Diago*

 **Descargar**

 **Leer En Linea**

## **Publicidad de la Publicidad (Spanish Edition)** Gloria Gomez-Diago

El trabajo de investigación Publicidad de la Publicidad se articula en una parte teórica y otra. En la parte teórica, “El concepto de publicidad”, realizamos una reflexión sobre la publicidad. La definición de publicidad dice que es una forma de comunicación que promociona productos o servicios por encargo de un anunciante. Esta definición es válida y se adapta a cualquier tipo de mensaje publicitario “El concepto de publicidad” supone adentrarse en parte de los entresijos inherentes a la publicidad y a los que no se puede hacer referencia en una definición que se ve obligada a describirnos sus características inmutables (por ser, el concepto de definición, un concepto que se entiende que posee un significado a largo plazo).

En el año en el que se concluyó este trabajo (2000), el uso de Internet no estaba tan extendido como en la actualidad. De esta manera, al leer este texto, notaremos la necesidad de introducir nuevos conceptos o ideas. Es por ello que en algunas de las partes que componen el presente texto, se han introducido referencias a artículos publicados posteriormente por la autora y en los que se trata acerca de las nuevas formas publicitarias, de la utilidad de aplicar perspectivas teóricas como la retórica para investigar acerca de la comunicación que se desarrolla en la web, etcétera. Pese a ello, los puntos que articulan el desarrollo de “El Concepto de Publicidad” son de actualidad. Su planteamiento motiva y facilita nuevos desarrollos surgidos del contexto actual en el que la comunicación publicitaria adopta diferentes formas que vienen definidas por las características de las tecnologías, plataformas y dispositivos disponibles, así como por los usos que de ellas se realizan.

Consideramos que la publicidad, por ser lo que es, se merecía que la parasen un momento y le sacasen una foto. Son tantas las cuestiones que surgen al pronunciar este vocablo, que nos motivaba adentrarnos en él y “sacarle una instantánea”.

La parte práctica del proyecto es una campaña creativa, Publicidad de la Publicidad, que publicita a la publicidad en sí misma. Esta campaña es consecuencia de la aplicación práctica del contenido del apartado teórico y pretende situar a la publicidad en un contexto significativo para el receptor. La contextualización de la publicidad que realiza la campaña, conlleva una contextualización del receptor de la misma, ya que para publicitar a la publicidad, nos hemos centrado en la relación que se establece entre este modo de comunicación y su receptor, en lo que la publicidad le aporta, en lo que significa para él.

Publicidad de la Publicidad constituye un metalenguaje en cuanto a que se ha realizado una campaña publicitaria para publicitar a la publicidad. Forma y contenido están inevitablemente ligados en la campaña, en su concepción y en su

proceso de creación concreto (ya que se ha ideado y adoptado un procedimiento creativo en el que ambos elementos están vinculados, reforzando uno y otro la comunicación de una misma idea)

Este es el Texto Revisado del Proyecto Fin de Carrera con el mismo nombre “Publicidad de la Publicidad”, defendido por la autora el 14 de Diciembre del año 2000 en la Universidad de Vigo, en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, y que se inscribió el 5 de de Julio de 2001 en el Registro General de la Propiedad Intelectual con número 00/2002/2318, Sección 1.

“Publicidad de la Publicidad” fue seleccionado por la IV Xuntanza de Novos Investigadores (Xunta de Galicia) en el año 2001 para participar en la 8ª Expo-Ciencia Internacional, organizada por The International Movement for Leisure Activities in Science and Technology (MILSET) y celebrada en Grenoble en Julio de ese mismo año.

 [Descargar Publicidad de la Publicidad \(Spanish Edition\) ...pdf](#)

 [Leer en línea Publicidad de la Publicidad \(Spanish Edition\) ...pdf](#)

# Publicidad de la Publicidad (Spanish Edition)

*Gloria Gomez-Diago*

## **Publicidad de la Publicidad (Spanish Edition)** Gloria Gomez-Diago

El trabajo de investigación *Publicidad de la Publicidad* se articula en una parte teórica y otra. En la parte teórica, “El concepto de publicidad”, realizamos una reflexión sobre la publicidad. La definición de publicidad dice que es una forma de comunicación que promociona productos o servicios por encargo de un anunciante. Esta definición es válida y se adapta a cualquier tipo de mensaje publicitario “El concepto de publicidad” supone adentrarse en parte de los entresijos inherentes a la publicidad y a los que no se puede hacer referencia en una definición que se ve obligada a describirnos sus características inmutables (por ser, el concepto de definición, un concepto que se entiende que posee un significado a largo plazo).

En el año en el que se concluyó este trabajo (2000), el uso de Internet no estaba tan extendido como en la actualidad. De esta manera, al leer este texto, notaremos la necesidad de introducir nuevos conceptos o ideas. Es por ello que en algunas de las partes que componen el presente texto, se han introducido referencias a artículos publicados posteriormente por la autora y en los que se trata acerca de las nuevas formas publicitarias, de la utilidad de aplicar perspectivas teóricas como la retórica para investigar acerca de la comunicación que se desarrolla en la web, etcétera. Pese a ello, los puntos que articulan el desarrollo de “El Concepto de Publicidad” son de actualidad. Su planteamiento motiva y facilita nuevos desarrollos surgidos del contexto actual en el que la comunicación publicitaria adopta diferentes formas que vienen definidas por las características de las tecnologías, plataformas y dispositivos disponibles, así como por los usos que de ellas se realizan.

Consideramos que la publicidad, por ser lo que es, se merecía que la parasen un momento y le sacasen una foto. Son tantas las cuestiones que surgen al pronunciar este vocablo, que nos motivaba adentrarnos en él y “sacarle una instantánea”.

La parte práctica del proyecto es una campaña creativa, *Publicidad de la Publicidad*, que publicita a la publicidad en sí misma. Esta campaña es consecuencia de la aplicación práctica del contenido del apartado teórico y pretende situar a la publicidad en un contexto significativo para el receptor. La contextualización de la publicidad que realiza la campaña, conlleva una contextualización del receptor de la misma, ya que para publicitar a la publicidad, nos hemos centrado en la relación que se establece entre este modo de comunicación y su receptor, en lo que la publicidad le aporta, en lo que significa para él.

*Publicidad de la Publicidad* constituye un metalenguaje en cuanto a que se ha realizado una campaña publicitaria para publicitar a la publicidad. Forma y contenido están inevitablemente ligados en la campaña, en su concepción y en su proceso de creación concreto (ya que se ha ideado y adoptado un procedimiento creativo en el que ambos elementos están vinculados, reforzando uno y otro la comunicación de una misma idea)

Este es el Texto Revisado del Proyecto Fin de Carrera con el mismo nombre “*Publicidad de la Publicidad*”, defendido por la autora el 14 de Diciembre del año 2000 en la Universidad de Vigo, en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, y que se inscribió el 5 de de Julio de 2001 en el Registro General de la Propiedad Intelectual con número 00/2002/2318, Sección 1.

“*Publicidad de la Publicidad*” fue seleccionado por la IV Xuntanza de Novos Investigadores (Xunta de Galicia) en el año 2001 para participar en la 8ª Expo-Ciencia Internacional, organizada por The International Movement for Leisure Activities in Science and Technology (MILSET) y celebrada en Grenoble en Julio de ese mismo año.



**Descargar y leer en línea Publicidad de la Publicidad (Spanish Edition) Gloria Gomez-Diago**

---

Format: Kindle eBook

Download and Read Online Publicidad de la Publicidad (Spanish Edition) Gloria Gomez-Diago  
#9EH7TOWGASL

Leer Publicidad de la Publicidad (Spanish Edition) by Gloria Gomez-Diago para ebook en líneaPublicidad de la Publicidad (Spanish Edition) by Gloria Gomez-Diago Descarga gratuita de PDF, libros de audio, libros para leer, buenos libros para leer, libros baratos, libros buenos, libros en línea, libros en línea, reseñas de libros epub, leer libros en línea, libros para leer en línea, biblioteca en línea, greatbooks para leer, PDF Mejores libros para leer, libros superiores para leer libros Publicidad de la Publicidad (Spanish Edition) by Gloria Gomez-Diago para leer en línea.Online Publicidad de la Publicidad (Spanish Edition) by Gloria Gomez-Diago ebook PDF descargarPublicidad de la Publicidad (Spanish Edition) by Gloria Gomez-Diago DocPublicidad de la Publicidad (Spanish Edition) by Gloria Gomez-Diago MobipocketPublicidad de la Publicidad (Spanish Edition) by Gloria Gomez-Diago EPub  
**9EH7TOWGASL9EH7TOWGASL9EH7TOWGASL**