

AD Aula y docentes

La actividad publicitaria está presente en todo nuestro mundo de una manera abrumadora. De igual manera podemos señalar su omnipresencia en el mundo de los alumnos. Es importante por tanto que la tratemos en los contenidos de nuestras programaciones, y ayudemos al alumno a entenderla de forma crítica y madura.

La publicidad, mediante la persuasión, pretende siempre el incremento de las ventas de un producto o la promoción de una idea. Aunque es posible el análisis del fenómeno publicitario desde multitud de perspectivas, nos interesa específicamente como sistema semiológico y como lenguaje particular. La publicidad viene de la mano de los principales medios de co-

Editorial

municación, entre los que tendríamos que señalar los siguientes:

- **La radio**, cuyas evocaciones suscitan en el receptor un fuerte impacto emocional. Tiene su origen en la producción de ondas electromagnéticas finales del siglo XIX, a la primera emisora radiofónica, instalada en 1920 en Pittsburg, le siguió tres años después Radio Ibérica. Desde entonces, la radio ha mantenido su impacto social por la prontitud y el alcance que la caracterizan.
- **El cine** surgió con el desarrollo de la fotografía: en 1895, los hermanos Lumière patentaron su aparato y proyectaron La salida de la fábrica; en 1902, Méliès crea el cine fantástico con su Viaje a la luna.
- **La televisión** se crea a partir de la descomposición de imágenes en puntos, conseguida por Baird en 1926; la invención del iconoscopio por el ruso Zwoerykin en 1934; y la incorporación de la cámara electrónica y del tubo catódico inventado por el alemán Braun. En 1937 se transmitieron las primeras

emisiones desde la Torre Eiffel. En la actualidad, la transmisión vía satélite y la comunicación vía internet han abierto infinitas posibilidades a este medio.

- Por su importancia creciente debemos de señalar sucintamente **INTERNET**, un más media cada vez más utilizado por los usuarios, y que permite obtener cualquier información del planeta desde cualquier punto del mismo, y la comunicación de sus usuarios desde cualquier lugar del mundo.

“La publicidad es un instrumento de creatividad e integración en el aula.”

Mar Guillén Carcelero

Directora