



PRÁCTICA DOCUMENTAL ART AND COPY

1. George Lois siente que la publicidad debería ser como un gas venenoso ¿Qué quiere decir con dicha afirmación?
2. ¿Qué tenían de especial los anuncios de Crocker Bank? ¿Cuál fue el resultado?
3. ¿Por qué la campaña de la MTV tuvo tanto éxito?
4. ¿Qué fue Tommy Hilfiger capaz de conseguir y cómo lo alcanzó de un modo merecido?
5. ¿De dónde surgió la idea de la campaña para Nike "Just do it"? ¿Qué relación tenía con el producto o idea de Nike? ¿Cuál fue la opinión pública de ese slogan y cuál fue la respuesta del público objetivo?
6. ¿Qué se opinó, en los círculos más tradicionales en términos de publicidad, antes de que Steve Jobs lanzase una campaña publicitaria en la que ni siquiera se mostraba el producto que pretendía darse a conocer en 1984? ¿Fue una idea eficaz? ¿Qué relación tiene con el primer slogan "think different"? ¿Qué anunciantes siguen, hoy en día, esa premisa de "apenas mostrar el producto que se pretende vender"? ¿Cuál es la finalidad? ¿Es eficaz?
7. ¿Qué es para vosotros, publicidad basura? ¿Qué requisitos deben cumplir los anuncios para formar parte de la cultura y no interpretarse como un mero medio para un fin (vender)? Pon un ejemplo de anuncio (español) que creáis que podrían tener ese interés cultural para cada una de las últimas 5 décadas y relacionándolas con momentos históricos concretos.