

# El Observatorio de la Publicidad de la Movilidad Sostenible.

**Gerardo Pedrós**

Universidad Córdoba

Coordinadora ConBici



Barcelona Mayo 2007

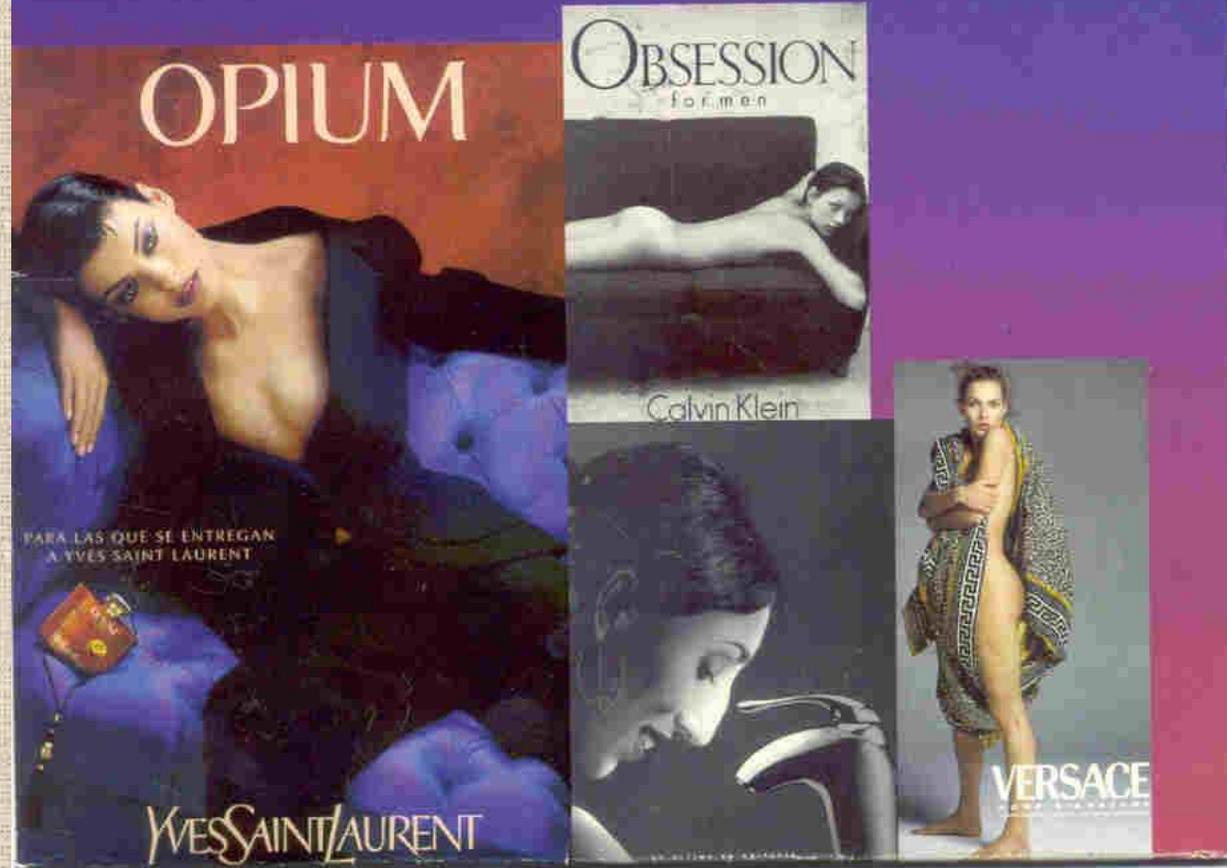
6/3/2008

## INTRODUCCIÓN

**\*La Mayoría de las Investigaciones sobre la publicidad provienen del área de la Lengua, Plástica y Ciencias Sociales.**

# Mujeres y publicidad

¿Cómo nos representan?, ¿cómo la consumimos?



6/3/2008

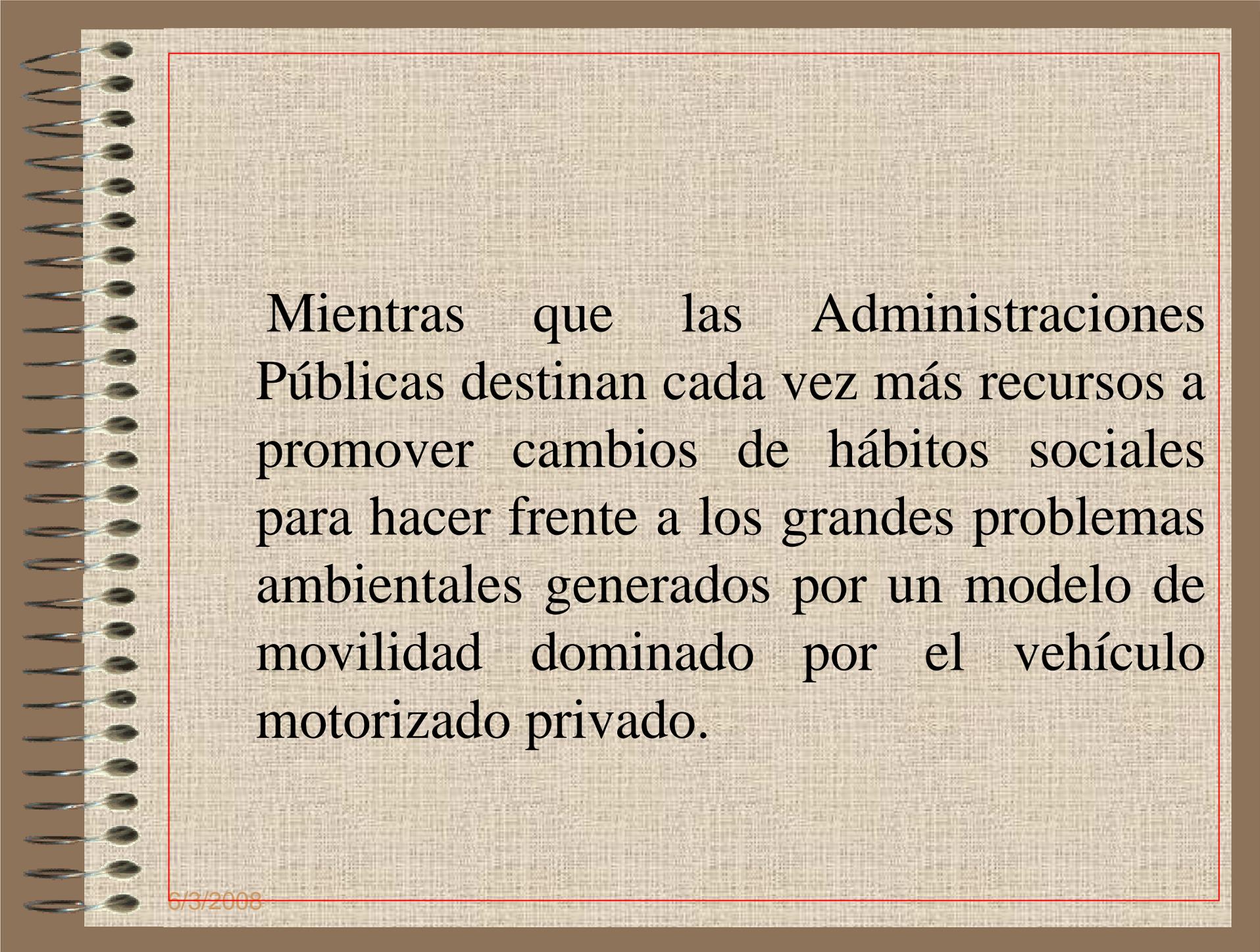
## INTRODUCCIÓN

**\*Sin embargo, son muy escasos los estudios que ponen en relación la publicidad con la Energía, la Movilidad o el Medio Ambiente.**

## INTRODUCCIÓN

**\*Los signos mediáticos y tecnológicos no son inocentes sino que responden a intereses bien definidos en las esferas selectas del:**

**poder político, poder social o del poder económico.**

The background of the slide is a spiral-bound notebook with a light-colored, textured cover and a dark brown spine on the left. The text is centered on the page.

Mientras que las Administraciones Públicas destinan cada vez más recursos a promover cambios de hábitos sociales para hacer frente a los grandes problemas ambientales generados por un modelo de movilidad dominado por el vehículo motorizado privado.

Eres el rey de la creación.

Te gusta la comodidad del coche,

sin él no eres capaz de salir de casa.

Utiliza el transporte público.

Si decidiéramos coger el transporte público para ir a trabajar, ahorraríamos millones de litros de combustible al año.

Elegir el transporte público es reducir las emisiones y la contaminación a la atmósfera.

Ahorra Energía. Piensa en el futuro

www.idae.es

GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO  
IDAE Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía

En el año 2007 aparece la primera Campaña Institucional criticando claramente el USO poco racional del COCHE:

6/3/2008

Eres el rey de la creación.

Te metes en el coche sin preocuparte  
por la contaminación, el ruido o el futuro.

No nos convirtamos  
en los reyes de la destrucción.

El vehículo privado representa el 15%  
de toda la energía final consumida en España.  
Contaminar indiscriminadamente reduce nuestra  
calidad de vida.

Utiliza el coche sólo para trayectos largos.

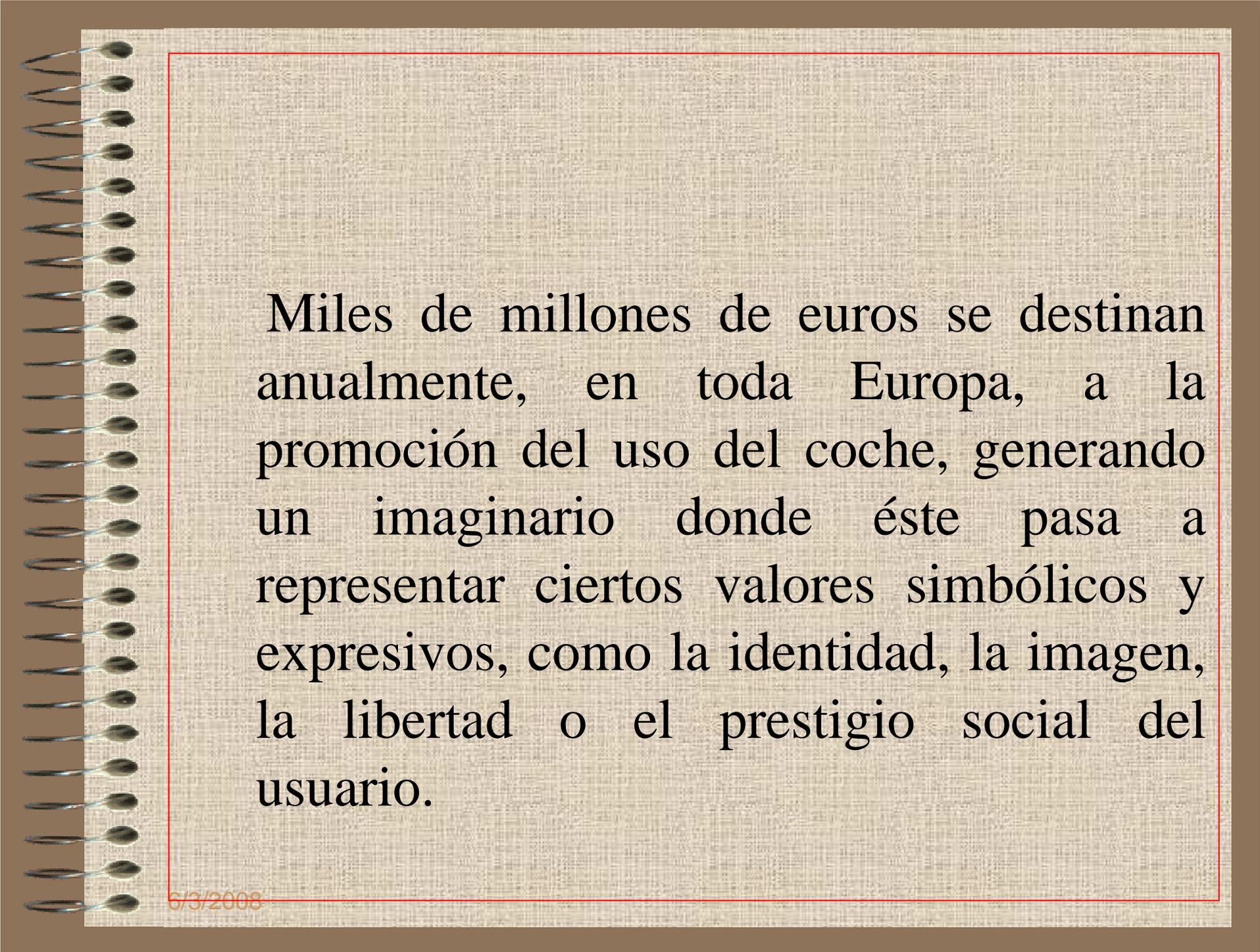
Ahorra Energía. Piensa en el futuro

[www.idae.es](http://www.idae.es)

GOBIERNO DE ESPAÑA  
MINISTERIO DE ENERGÍA  
INSTITUTO PARA LA DIFUSIÓN DE LA ENERGÍA AHORRADA

Ya se empieza a visibilizar cuestiones sobre  
Calidad del Aire.

6/3/2008

The background of the slide is a brown spiral-bound notebook. The spiral binding is on the left side, and the pages are a light beige color with a fine, woven texture. A thin red rectangular border is drawn around the text area.

Miles de millones de euros se destinan anualmente, en toda Europa, a la promoción del uso del coche, generando un imaginario donde éste pasa a representar ciertos valores simbólicos y expresivos, como la identidad, la imagen, la libertad o el prestigio social del usuario.

# CALVIN KLEIN UNDERWEAR TE BRINDA LA OPORTUNIDAD DE GANAR UN HUMMER H3 GRAN LUJO

¿Quieres ser el cliente afortunado?

Ve a El Corte Inglés y visita nuestros stands con la nueva colección Steel para hombre y mujer.

Participa en la promoción por la compra de Steel desde el 17 de Septiembre hasta el 2 de Octubre.

Una ocasión única.

Puedes ver el HUMMER H3 GRAN LUJO en las siguientes ciudades por las que realizamos el STEEL TOUR.

Estaremos en:

Madrid	17 de Septiembre
Zaragoza	18 de Septiembre
Barcelona	19 de Septiembre
Valencia	20 de Septiembre
Murcia	21 de Septiembre
Málaga/Marbella	22 de Septiembre

#### CONDICIONES DE LA PROMOCIÓN

Es obligatorio la compra de producto Steel para participar en la promoción, los formularios están disponibles en todos los centros El Corte Inglés tras la adquisición de Steel. Promoción válida del 17 de Septiembre hasta el 2 de Octubre.

Promoción válida para mayores de 18 años.

Para información completa visita los centros El Corte Inglés y rellena los formularios de participación. Los promotores del concurso son Wamoco Intema, S.A. Calvin Klein Underwear en colaboración con El Corte Inglés.

Calvin Klein  
underwear



Promoción  
Exclusiva



Se promociona el  
Hummer durante la  
Semana Europea  
de la Movilidad  
2007

6/3/2008

## JUSTIFICACIÓN

La Publicidad del automóvil fomenta  
VALORES

ideológicos y culturales  
entre la ciudadanía que operan con gran  
éxito en contra de las formas de  
Movilidad Sostenible.

## JUSTIFICACIÓN

Desde la publicidad con fines comerciales se promueven:

- Valores y comportamientos irrespetuosos con los espacios destinados a peatones y ciclistas, potenciando un uso abusivo y poco racional del vehículo privado motorizado.
- Modalidades de conducción peligrosas.
- Falta de respeto hacia el uso del transporte público.

## JUSTIFICACIÓN

Desde la publicidad con fines comerciales se promueven:

- Indiferencia ante los recursos limitados de la naturaleza.
- Falta de respeto ante la invasión por el vehículo motorizado privado de espacios naturales protegidos, promocionando en muchos casos la circulación por los mismos.
- Valores de insolidaridad al potenciar un sentimiento de superioridad respecto de usuarios que no utilizan los vehículos a motor privados.

El coche tiene derecho a invadir la acera, transportar a una sola persona, recorrer las zonas peatonales.

Las relaciones personales son peligrosas. Tu único y verdadero amigo es el coche.

El automóvil tiene derecho a recorrer cualquier espacio protegido de la naturaleza.

La naturaleza posee recursos inagotables: cada vez más y más coches no son problema

**Discurso Contaminante Publicidad Automóvil**

Desprecio por los peatones, por el transporte público, por los que tienen una vida que excluye el coche.

El amor al riesgo y a la violencia. Las medidas de seguridad permiten circular más rápido, contaminar más y conducir temerariamente

La religión del progreso de la ciencia y tecnología como valores indiscutibles. Y el coche como su becerro de oro.

## OBJETIVOS

- Conseguir cambios en las pautas de movilidad de la ciudadanía hacia formas más sostenibles de movilidad.
- Sensibilizar a la población y a los anunciantes sobre los valores y comportamientos relacionados con la movilidad que se difunden a través de la publicidad.

## OBJETIVOS

- Identificar -en la comunicación comercial de los vehículos privados motorizados- cuáles son los valores ambientales y de consumo que se potencian, las estrategias persuasivas que se ponen en marcha y los usos del vehículo que se prescriben, así como la imagen que se potencia de las otras modalidades de transporte: caminar, bicicleta y transporte público y/o colectivo.

## OBJETIVOS

- Producir códigos de Buenas prácticas publicitarias relacionadas con la Movilidad o el consumo de energía.

**–¿Qué utilidad educativa o como instrumento de intervención social pensamos tiene nuestra propuesta?:**

La publicidad, nos guste o no, es un elemento comunicativo.

Estamos inmersos en una Cultura del Espectáculo.

LA MONEDA SIN VUELTAS

CON EL EURO  
SÓLO CAMBIARÁS  
DE COCHE



GANA uno de los

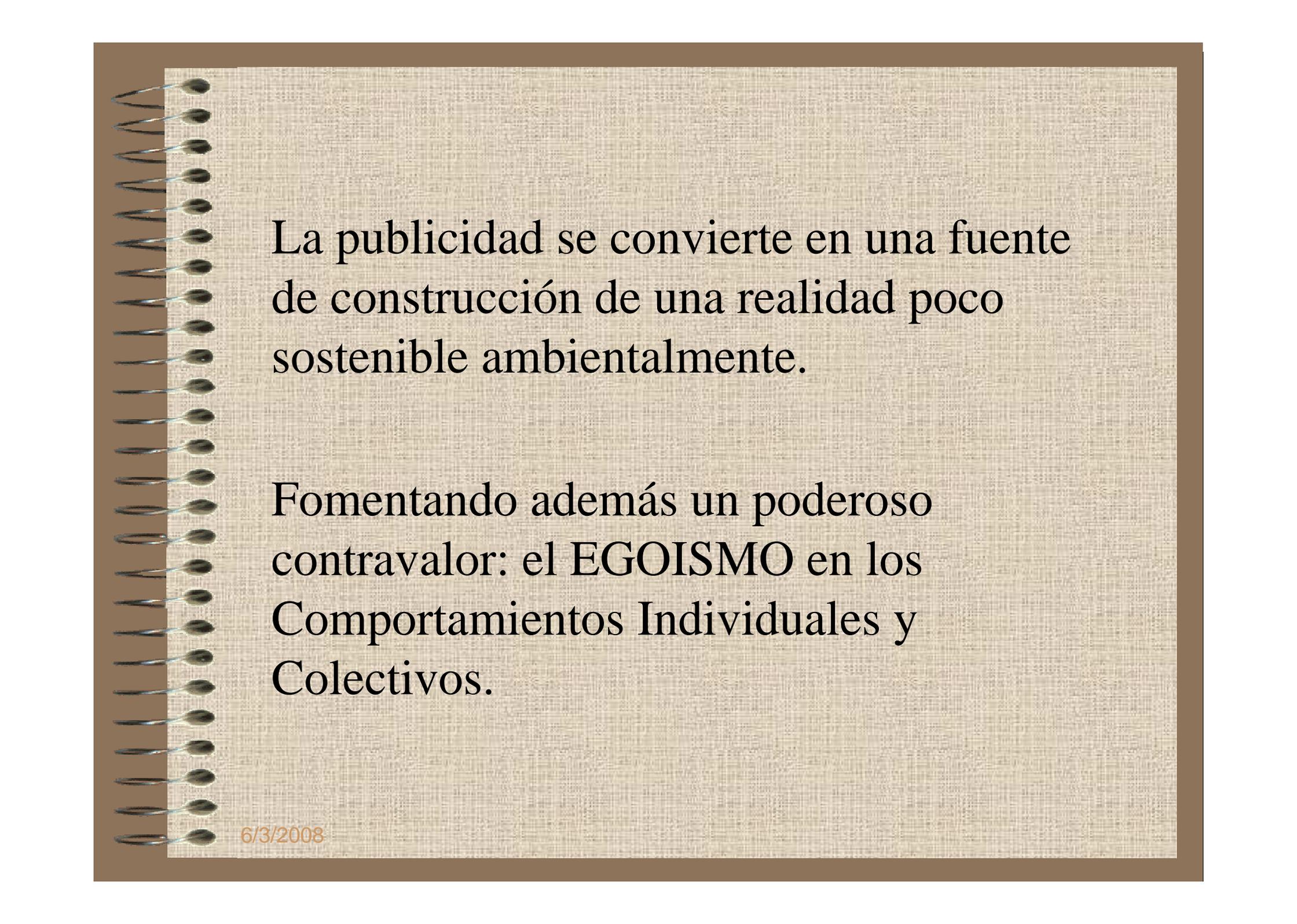
↙ **40** nuevos ↘  
**Mini**

 **CajaSur**

6/3/2008



6/3/2008

The background of the slide is a spiral-bound notebook with a light beige, textured cover. The spiral binding is visible on the left side. The text is printed in a black serif font.

La publicidad se convierte en una fuente de construcción de una realidad poco sostenible ambientalmente.

Fomentando además un poderoso contravalor: el EGOISMO en los Comportamientos Individuales y Colectivos.



6/3/2008

LIBERA AL INDIVIDUALISTA QUE HAY EN TI.  
HA LLEGADO EL CADILLAC SRX CROSSOVER 4x4.



6/3/2008

## La credibilidad del pensamiento alternativo.

El modelo de comunicación empresarial se ha difundido en la sociedad como el único modelo eficaz.

Por el contrario en algunas grandes corporaciones empresariales se está dando el proceso opuesto de articular su publicidad en base a la iconografía de las ONGs.



6/3/2008



EL COCHE  
SEDIENTO DE  
ESPACIO URBANO

6/3/2008



6/3/2008

Cambia tu punto de vista.

Nuevo Ford**Fusion**



6/3/2008

El Coche grande es ideal  
para moverse por los  
Cascos Históricos ciudades

6/3/2008

UN CARÁCTER INDEPENDIENTE.  
UN ESTILO QUE MARCA TENDENCIAS.  
UNA PERSONALIDAD APASIONADA.

BREAK THROUGH

LO COOL HA VUELTO. CADILLAC STS.

[www.cadillaciberia.com](http://www.cadillaciberia.com)

© 2008 Cadillac. Todos los derechos reservados. El precio puede variar sin previo aviso.

6/3/2008

## **FALTA DE RESPETO HACIA EL TRANSPORTE PÚBLICO**

**El autobús se doblega ante la supuesta mayor velocidad del automóvil, cuando en la ciudad está demostrado que el transporte público presenta una velocidad media similar a la del coche.**

**Se potencia un sentimiento de superioridad respecto de los usuarios que no utilizan el coche**



6/3/2008

## Desciende el número de usuarios del transporte público en Madrid, Valladolid, Segovia, Barcelona, Lérida y Palma de Mallorca

¿Qué ha pasado? ¿Por qué tan de repente?

Caprabo regala un Smart cada día y además, 50 millones en descuentos. Rosa Pérez, Francisca Martínez, Juan Martínez, Jerónimo Portillo, Antonio Bonet, Francisca Boada, Esperanza Martín y Magdalena Vidal ya lo han conseguido.

### REDACCIÓN

El número de usuarios del transporte público ha descendido considerablemente durante los primeros días de noviembre según un informe elaborado por Andasidat.

Este hecho ha provocado la apertura de una investigación a fin de detectar las causas de tan repentino decrecimiento en un período tan corto de tiempo. Sin embargo, las primeras hipótesis apuntan como responsable al inicio de una promoción realizada por Caprabo, en la que se regala un Smart cada día y además 50 millones en descuentos.

"La promoción de Caprabo se perfila como la causa principal del descenso de usuarios de transportes públicos ya que coincide en el tiempo" afirmaba el máximo responsable de Elitaco, Albert Ribach, a la espera de nuestras conclusiones.



Este es el tentativo coche que han conseguido.

Felicidades a los ganadores y ánimo a toda la población: Hasta el 22 de Noviembre todavía hay muchos Smarts en juego.

### Ganadores de la lotería:

- Rosa Pérez Alonso (Valladolid)
- Antonio Bonet Capell (Lérida)
- Francisca Martínez Sancho (Madrid)
- Francisca Boada Clares (Barcelona)
- Juan Martínez Iglesias (Madrid)
- Esperanza Martín Ribó (Barcelona)
- Jerónimo Portillo Olmedo (Segovia)
- Magdalena Vidal Galimó (Palma de Mallorca)

**41 ANIVERSARIO CAPRABO:  
REGALAMOS 1 SMART CADA DÍA  
Y, ADEMÁS, 50 MILLONES.**

 **caprabo**

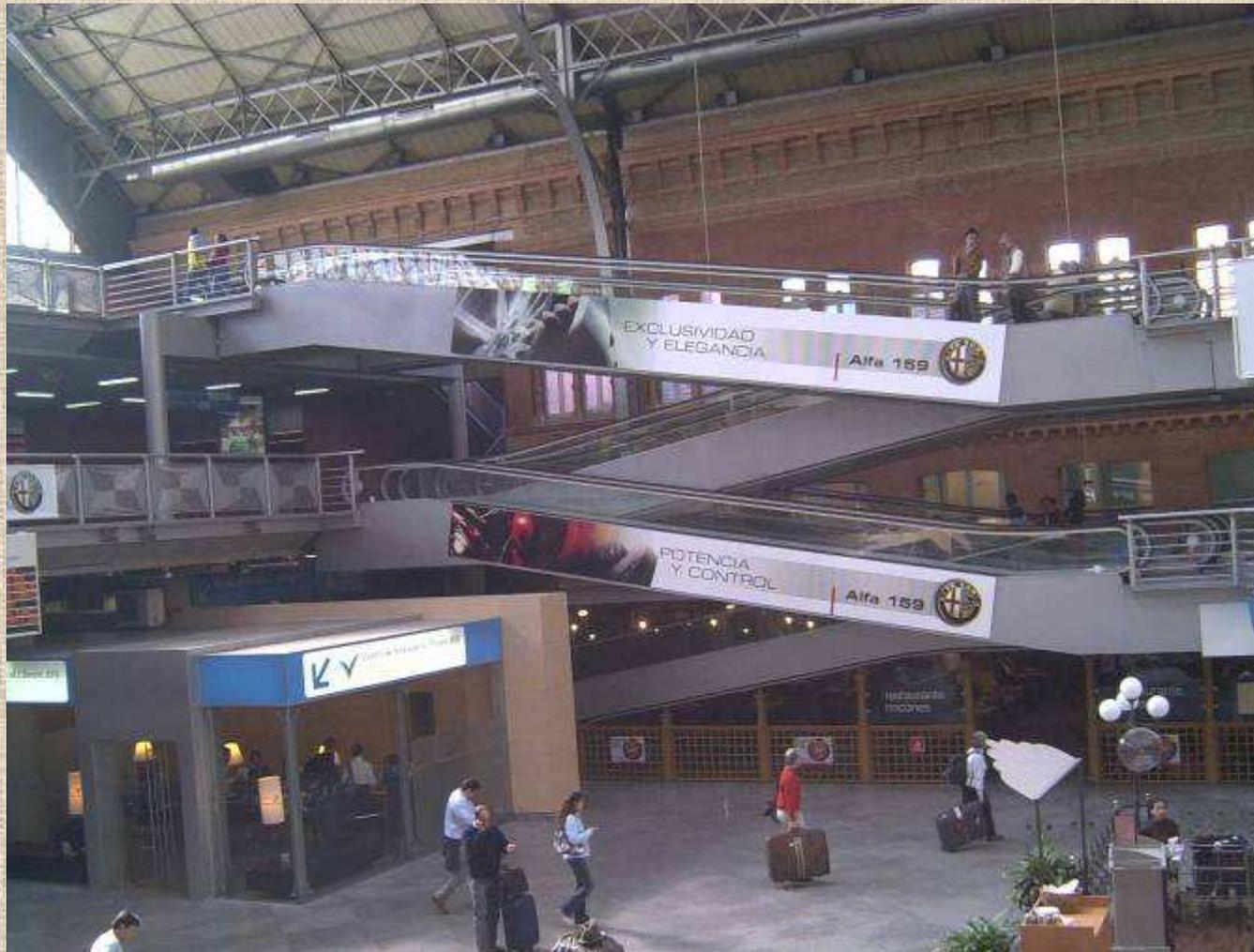
6/3/2008



6/3/2008

¿Se puede imaginar un  
concesionario de Coches  
promocionando el  
Transporte público?

6/3/2008



6/3/2008

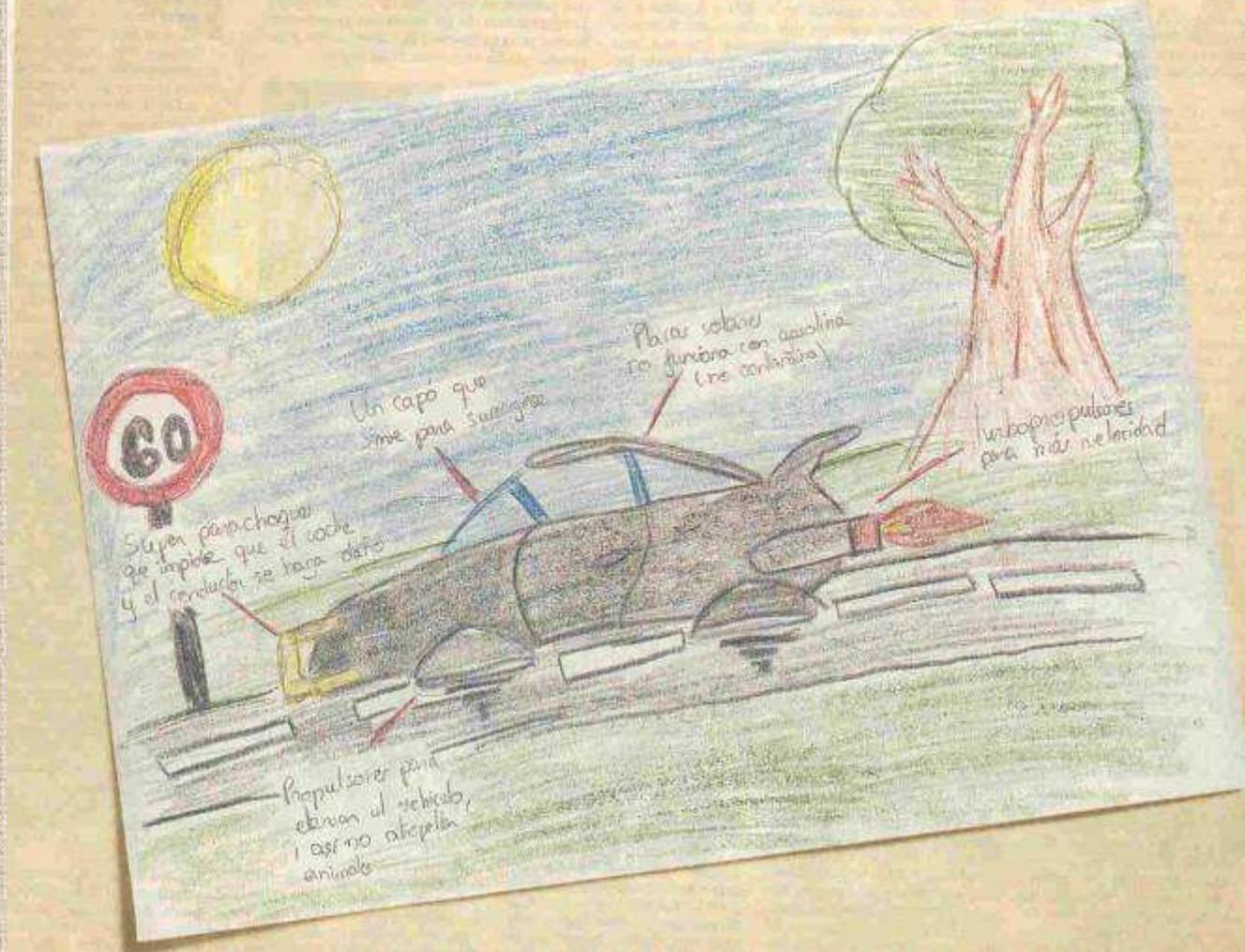


6/3/2008

Los Niños sólo piensan en los  
Coche desde su más Tierna  
Infancia.

El Coche como proyecto de Vida.

6/3/2008



6/3/2008



El día a día cambiará.

Vaneo. Porque cada día es diferente.

6/3/2008

¡Al cole voy andando!

COLEGIO

Un compromiso ciudadano



AYUNTAMIENTO DE GRANADA



Granada Ciudad Educadora

## Motorpress lanza una revista del motor para niños

A finales de junio, Motorpress Ibérica lanzará la revista *Maxi Junior*, una publicación sobre el mundo del motor dirigida a niños de 8 a 14 años.

Inicialmente, sólo se distribuirá este número durante 2005, pero para el próximo año está previsto editar tres, antes de cada una de las vacaciones escolares: Semana Santa, verano y Navidad.

*Maxi Junior* tendrá más de 100 páginas sobre el mundo de los *quads*, las motos y los *karts*, las competiciones infantiles e, incluso, una comparativa, de los modelos dirigidos a este público.

Según Ramón A. Castellá, director de *Maxi Junior* y de otro de los títulos de la editora (*Maxi Moto Tuning*), la idea de lanzar *Maxi Junior* surge al comprobar la cantidad de productos del motor destinados a este público y la inexistencia de un medio específico para él.

*Maxi Junior* aparece al precio de 2,90 euros y su tirada inicial será de 50.000 ejemplares.

# Motor Plus

PARA HABLAR DE COCHES SIN QUEDARTE AT

por Marta García

**MAMÁ,  
QUIERO  
SER COMO  
ALONSO**

Nuestro  ueñas con ser un piloto de cir-

6/3/2008



Los niños se lo pasan en grande emulando a los adultos en este nuevo parque de Educación Vial.

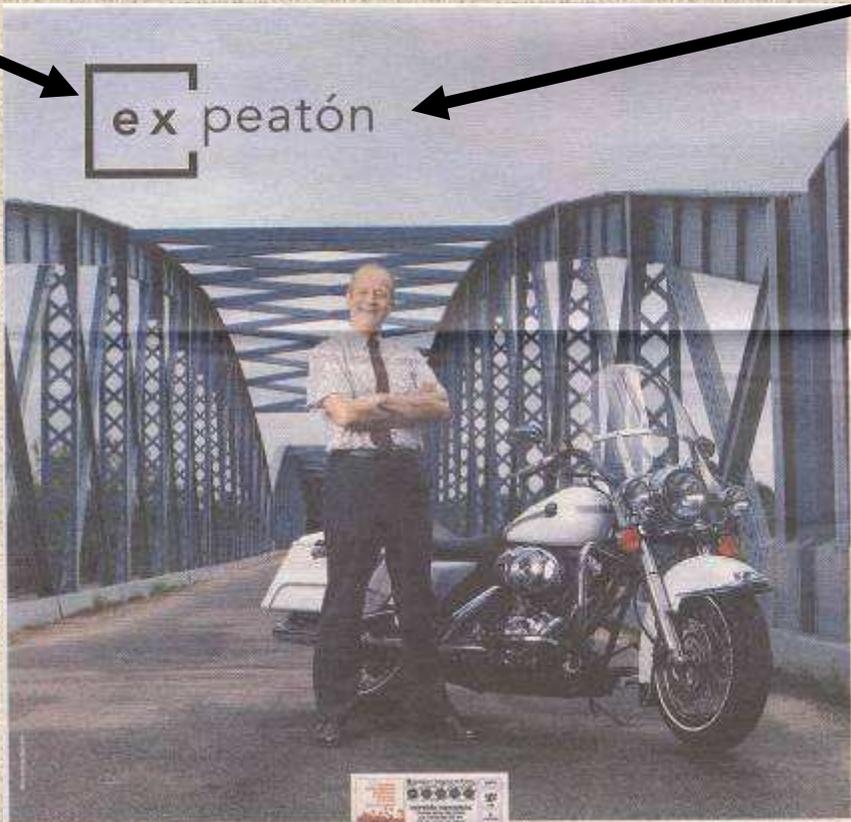


6/3/2008

# ¿Y el papel del Caminante, del peatón?

6/3/2008

ex peatón



Cada semana hacemos más ex que nadie.

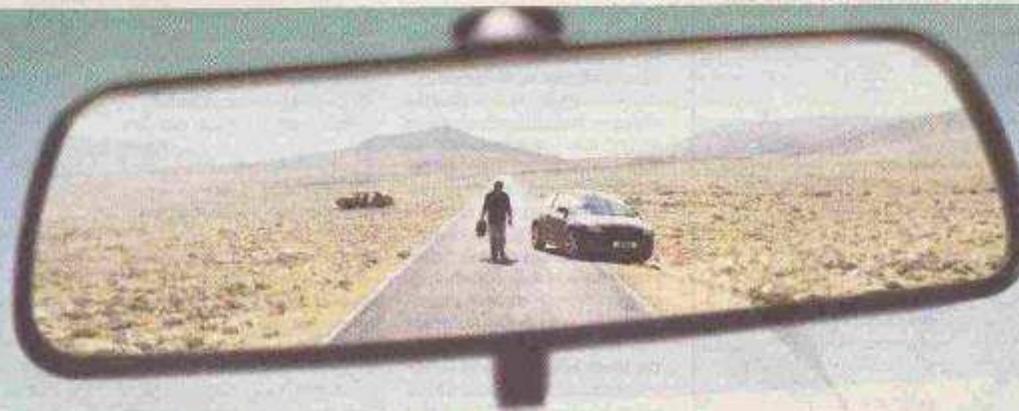
- 1 premio especial de 3.000.000 euros.
- 1 premio de 600.000 euros.
- 1 premio de 100.000 euros.
- 40 premios de 1.000 euros.
- 1.000 premios de 300 euros.
- 3.000 premios de 100 euros.

También sorteos, aproximaciones, cadenas y ultracifras.

Lotería Nacional

Lotería y Apuestas del Estado

6/3/2008



**CONSIGUE HASTA UN 14,7%  
MÁS DE POTENCIA CON  
BP ULTIMATE GASOLINA.**

**NUNCA SE SABE CUÁNDO  
PODRÍAS NECESITARLA.**

La fórmula especial de BP ULTIMATE ayuda a eliminar los depósitos de impurezas que se acumulan con el uso de carburantes convencionales permitiendo que el motor de tu vehículo funcione a pleno rendimiento.

Comparado con carburantes convencionales. Resultado promedio de un 14,7% más de potencia en los vehículos testados. También disponible en diésel (beneficios varían). Para más detalles, visita [www.bpultimate.com](http://www.bpultimate.com)



Recomendado por Ford para el Focus ST.

Un motor limpio funciona mejor

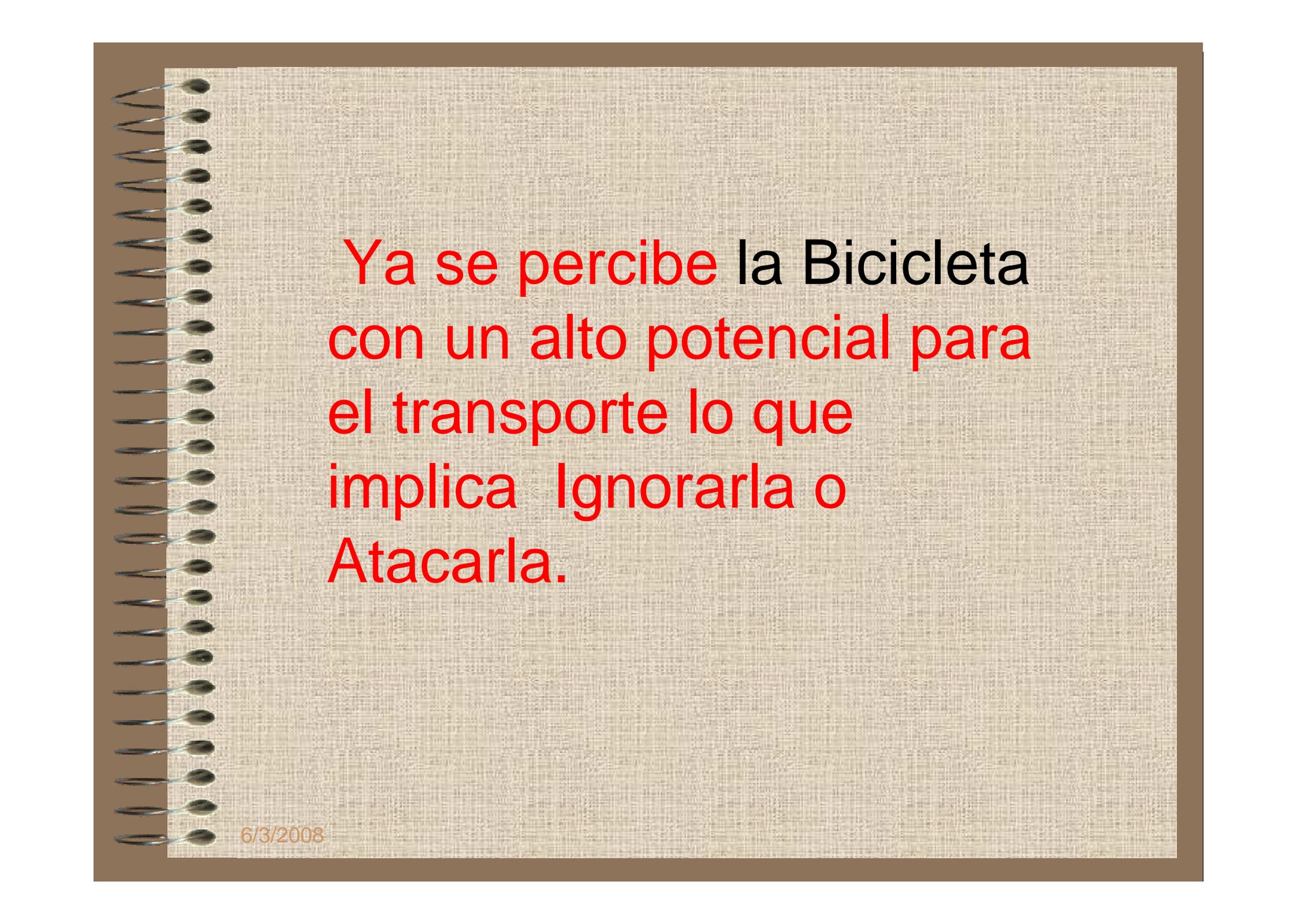
bp  
**ultimate**

Únicamente andas porque no tienes gasolina.

6/3/2008



6/3/2008

The background of the slide is a spiral-bound notebook with a light-colored, textured cover and a silver metal spiral binding on the left side. The text is centered on the page.

Ya se percibe la Bicicleta  
con un alto potencial para  
el transporte lo que  
implica Ignorarla o  
Atacarla.

6/3/2008

Modelos Audi y Audi Forum 902 (0-11-11)

Audi A3 con quattro 180 CV • Audi A3 con quattro 190 CV • Audi A3 con quattro 200 CV

**Audi A3 quattro®.**  
**¿Cuál es tu motivo?**

Hay situaciones que no deberías volver a experimentar nunca. Como la de perder el control. Conducido en Audi A3 con tracción integral quattro® experimentarás justo lo opuesto. Y tendrás siempre la seguridad de que trasarás cada curva con la máxima precisión y de que nada te separará de tu camino. Sin duda, un buen motivo.



← Mi Tío



A la comandada de la óptica [www.audi.com](http://www.audi.com)

6/3/2008

## Audi A3 quattro®. ¿Cuál es tu motivo?

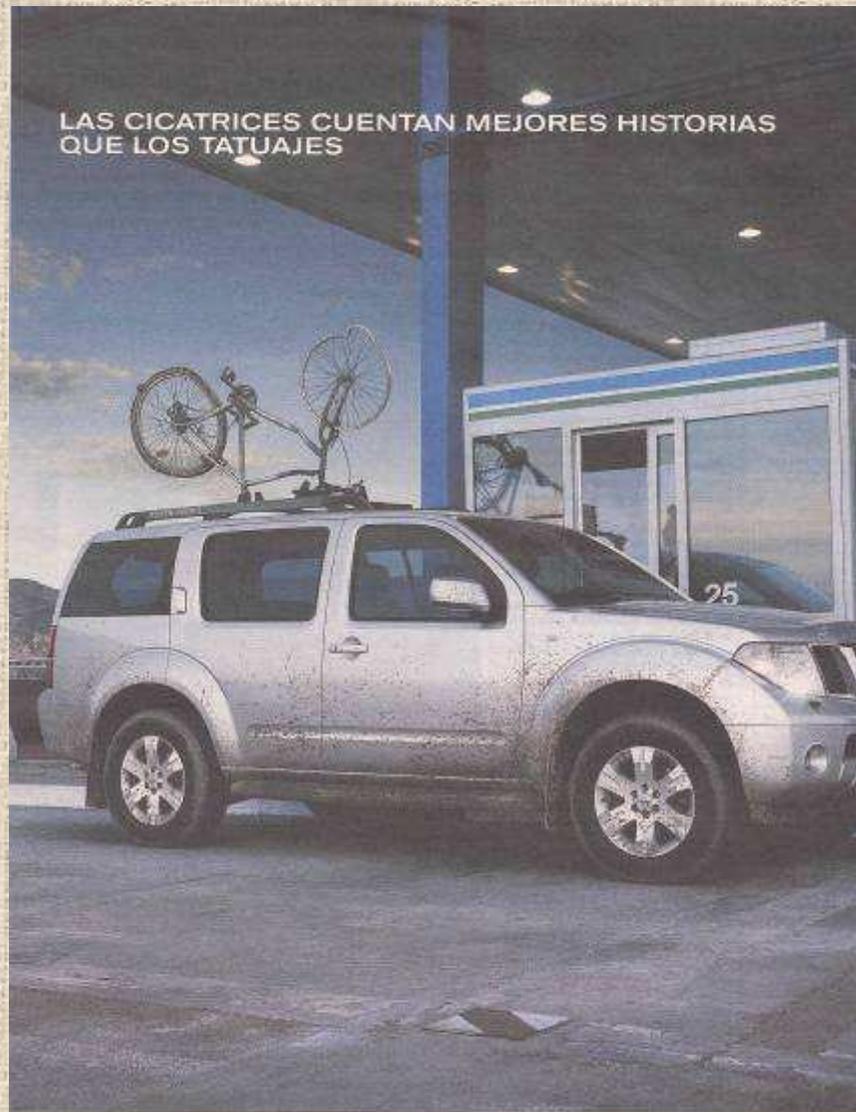
Hay sensaciones que no desearías volver a experimentar nunca. Como la de perder el control.

Conduciendo un Audi A3 con tracción integral quattro® experimentarás justo lo opuesto.

Y tendrás siempre la seguridad de que trazarás cada curva con la máxima precisión y de que nada te separará de tu camino.

Sin duda, un buen motivo.

LAS CICATRICES CUENTAN MEJORES HISTORIAS  
QUE LOS TATUAJES



NUEVO NISSAN PATHFINDER

6/3/2008



**Y TODAVÍA HAY GENTE  
QUE VIAJA SIN SOLRED**  
Consiga gratis su tarjeta Solred  
y ahorre en sus repostajes

**2%**  
de descuento



6/3/2008

¿Somos todos iguales?

Nuevo Ibiza Sportrider 100 CV.  
Climatizador, llantas de aleación, asientos deportivos y faros antiniebla por 11.500 €.  
No hay otro Ibiza.

SEAT  
auto emocionante

6/3/2008



¿Aún sube pedaleando la "Cuesta de Enero"?



Tome la Autopista de



**credito**tal

y ascienda sin problemas

**REUNIFICACIÓN de Deudas:**

- RAI
- ASNEF
- Embargos



**Préstamos Personales en 24 H.**



*Solución a todos sus problemas económicos e hipotecarios*

**ASESORÍA JURÍDICA Propia**

**HIPOTECAS:**



La Bicicleta es un mueble que se queda en casa.

No has cambiado tanto pasándote al coche.

Después de todo, no has cambiado tanto.

#### Audi A3.

Dicen que ya no eres el mismo de antes. Que ya no quieres cambiar el mundo. Que empiezas a aceptar las cosas tal como son. Que tarde o temprano todo el mundo acaba cediendo. Y que tú no likes a ser diferente al resto. Audi A3 con cambio S Tronic, tracción integral quattro y motores V6 de hasta 250CV. Deja que sigan hablando.

#### Motor Mirasierra

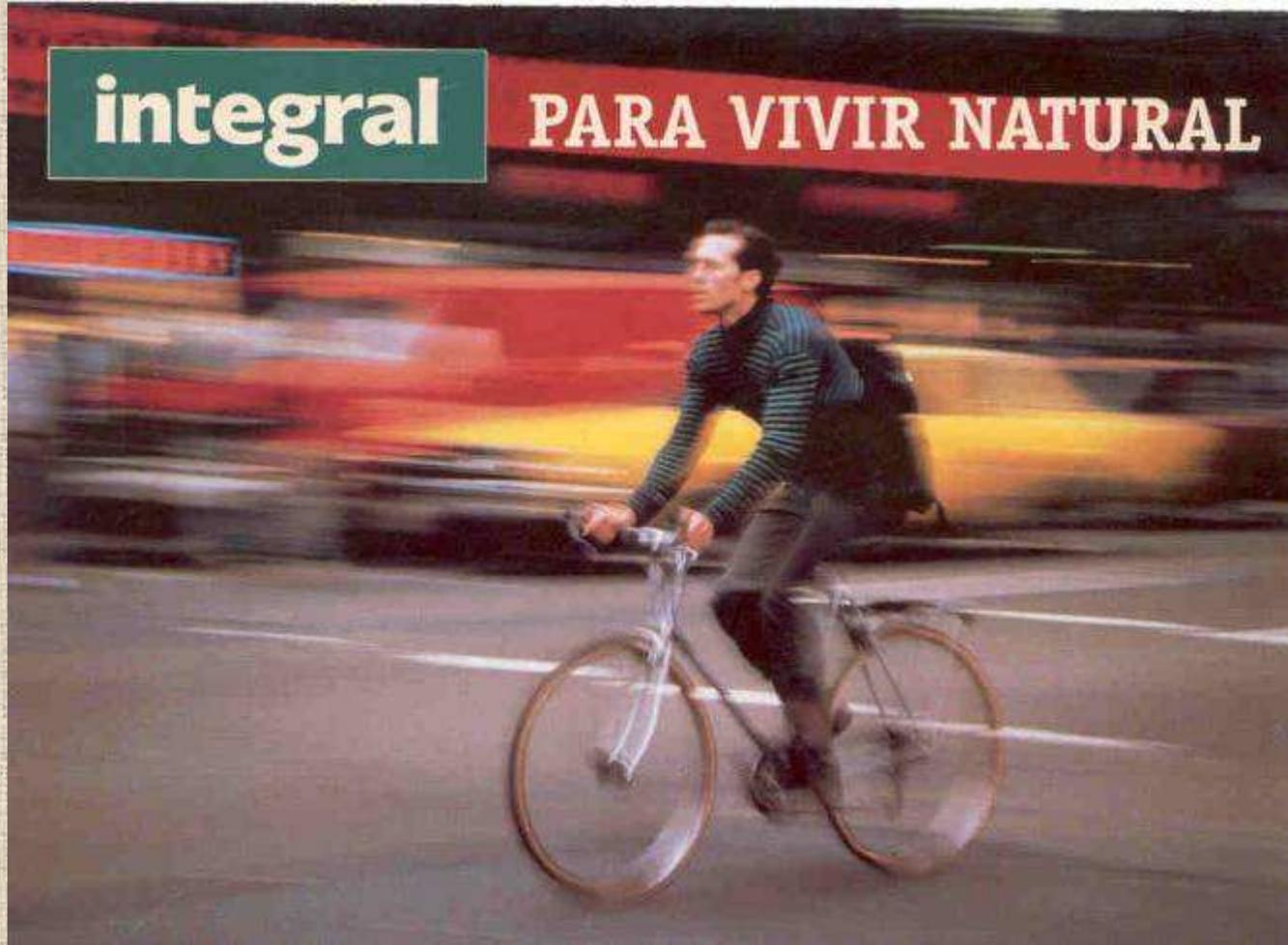
Río Bullaque, 2  
28034 Madrid  
Tel. 91 734 30 02



**El papel de la bicicleta** en la  
publicidad es sinónimo de  
calidad de vida, mejor  
comunicación entre las  
personas, hábitos saludables o  
actividades al aire libre.

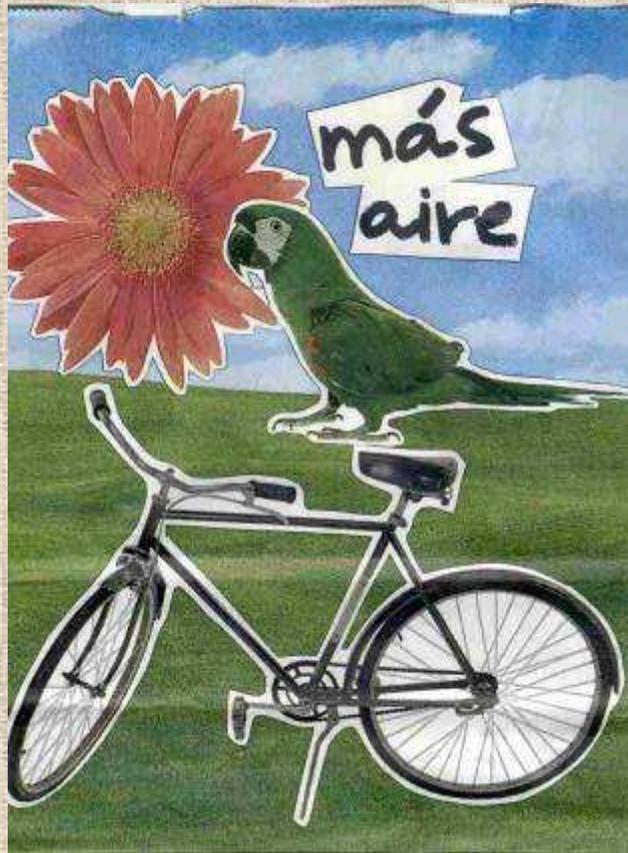
**integral**

**PARA VIVIR NATURAL**



6/3/2008

# Empresa Nature



6/3/2008

trenmedia Tel: 01.454.32.90 Fax: 01.512.04.73 00923

Si leyeras el **diarioADN** sabrías qué hacer para vivir de forma sostenible, con lo que irías en bicicleta y no en coche o moto, y como **TODOESTÁCONECTADO** adelgazarías ese par de kilos que te hacían sentir inseguro e invitarías a cenar a esa chica. Ergo, si te gusta tener citas, ve a por tu **diarioADN** ya.

  
www.diarioadn.com



6/3/2008



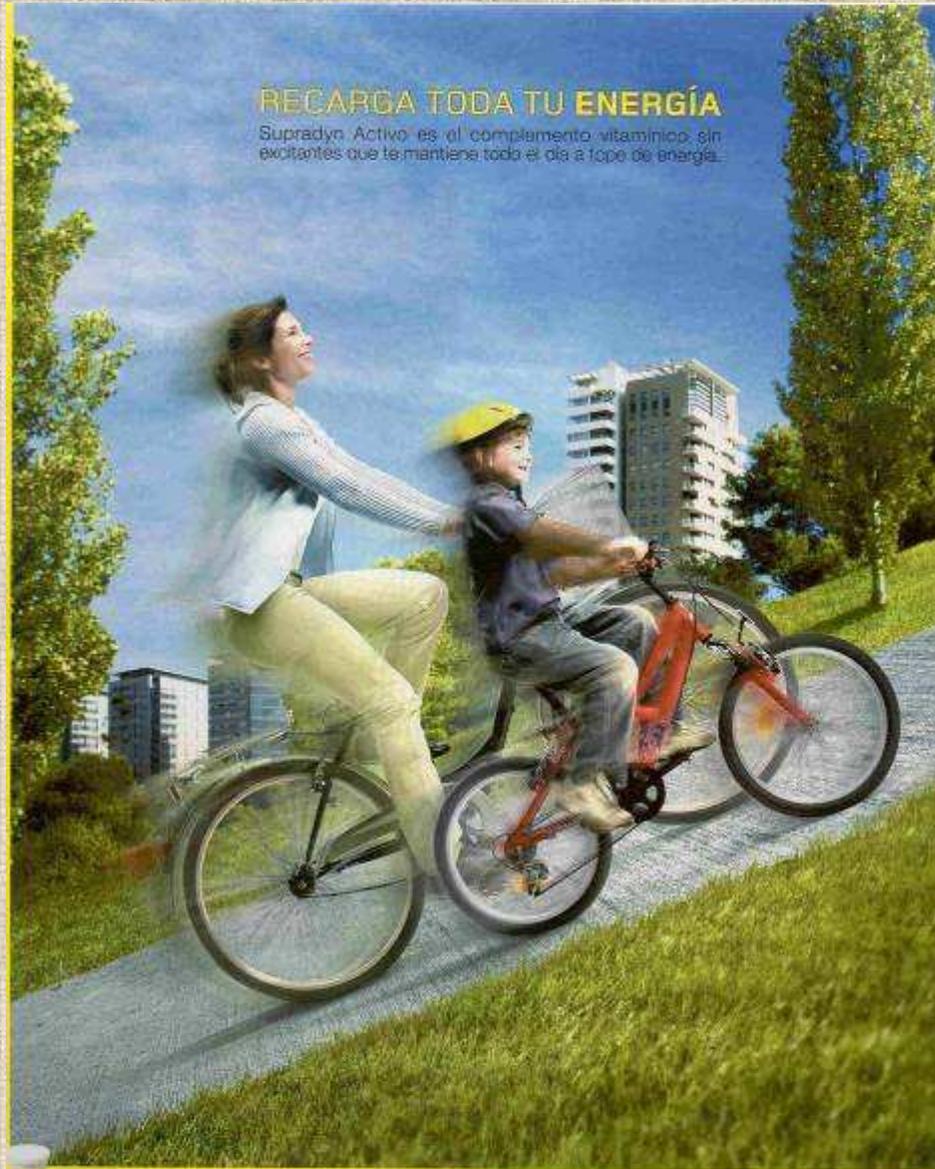
6/3/2008



6/3/2008

## RECARGA TODA TU ENERGÍA

Supradyn Activo es el complemento vitamínico sin excitantes que te mantiene todo el día a tope de energía.



Supradyn Activo te recarga de energía cada mañana, para que disfrutes del día. Supradyn Activo incorpora antioxidantes que protegen de los radicales libres y mantienen el organismo en buen estado. Se puede tomar durante todo el año sin necesidad de interrumpir períodos de descanso.

 Bayer HealthCare

# Supradyn

ACTIVO

6/3/2008



## La confianza nórdica

**En nuestras ciudades las bicicletas no se alquilan, simplemente se prestan**

Este es el estilo nórdico de confianza que buscamos a la hora de invertir. Y es que en Nordea, primer grupo nórdico de servicios financieros, creemos que la mejor estrategia es siempre aquella que revierte en beneficio de nuestros clientes. Por eso sólo invertimos en lo que confiamos, en aquello a lo que nos sentiríamos orgullosos de pertenecer. Así es la filosofía nórdica que nos ha colocado entre las empresas de distribución de fondos más reconocidas en Europa.

**Making it possible.**



**Nordea** 

[www.nordea.es](http://www.nordea.es)

Investment Europe

6/3/2008

Are you Lofting?

EDIFICIO **e**spacio 402

APARTAMENTOS TUBISTAS  
en AVDA. DE ARACON

Ctra. de Barcelona, desvío Coslada

Pistas de Squash, Club de Fútbol  
Piscinas, Circo

91 879 68 82 - 91 879 69 82  
91 830 00 75

Comercializa: **ensanche**

Avda. Miguel de Unamuno, 8  
Avda. de la Esmeralda, 12  
Avda. Juan Carlos, 7

CCM

6/3/2008

Ahora no tendrás excusa  
para no tener bicicleta.

BICICLETA PLEGABLE POR SÓLO  
**99€**  
AHORRO DE MÁS DE 100 €

Bicicleta de aluminio plegable en sólo 3 pasos.

Manillar de ALUMINIO

Mancueta de control de cambios

Cables de ALUMINIO para los cables de freno

Cambio de 8 velocidades

Pedaletas

Cables de ALUMINIO

Prensa V-RINGS de precisión

EXPO PARA 2024 2018

Carrefour

EL PAÍS

No hay mensaje, no hay contexto.

6/3/2008

**NESCAFÉ**



**e2g** café soluble descafeinado

Consumir preferentemente antes del 2006

des-  
congestionar

Aparca el coche y ve  
a trabajar en bici.

13

des-  
cafeinado

RESGUARDO  
des-

**Hay otra forma  
de tomarte la vida.**

**Hay otra forma  
de disfrutar de  
un sabor único,  
suave y cremoso.**

**Preparación:** Verter el  
contenido del sobre y agregar  
leche o agua bien caliente.

Calidad y  
Confianza



Hable con  
nosotros

DESDE 1888

[www.nestimulo.com](http://www.nestimulo.com) / [www.nestle.es](http://www.nestle.es)  
Servicio de Información al Consumidor Nestlé

Tel. 902 112 113

Apartado de Correos 1404, 08080 BARCELONA

NESTLÉ ESPAÑA, S.A. Edificio Nestlé,  
08950 Esplugues de Llobregat (Barcelona).  
© Marcas registradas por Societat des Productes Nestlé, S.A.

¿Sabes que al cuidar  
**tu salud,**  
puedes luchar contra el  
**cambio climático?**

La actividad física es clave para una vida saludable, pero además, es una excelente manera de ayudar al medio ambiente y de contribuir a frenar el cambio climático. Muévete y verás:

- ▶ Coge el coche sólo cuando sea necesario.
- ▶ Utiliza las escaleras más y menos el ascensor.
- ▶ Anda más bajándote una parada antes del autobús.
- ▶ Vuelve a usar la bicicleta.

É infórmate de qué más puedes hacer en [www.conocecocacola.com](http://www.conocecocacola.com)

Tu salud lo notará, nuestro planeta lo agradecerá.



ACTIVATE YOUR LIFE

*Coca-Cola European Union Group*

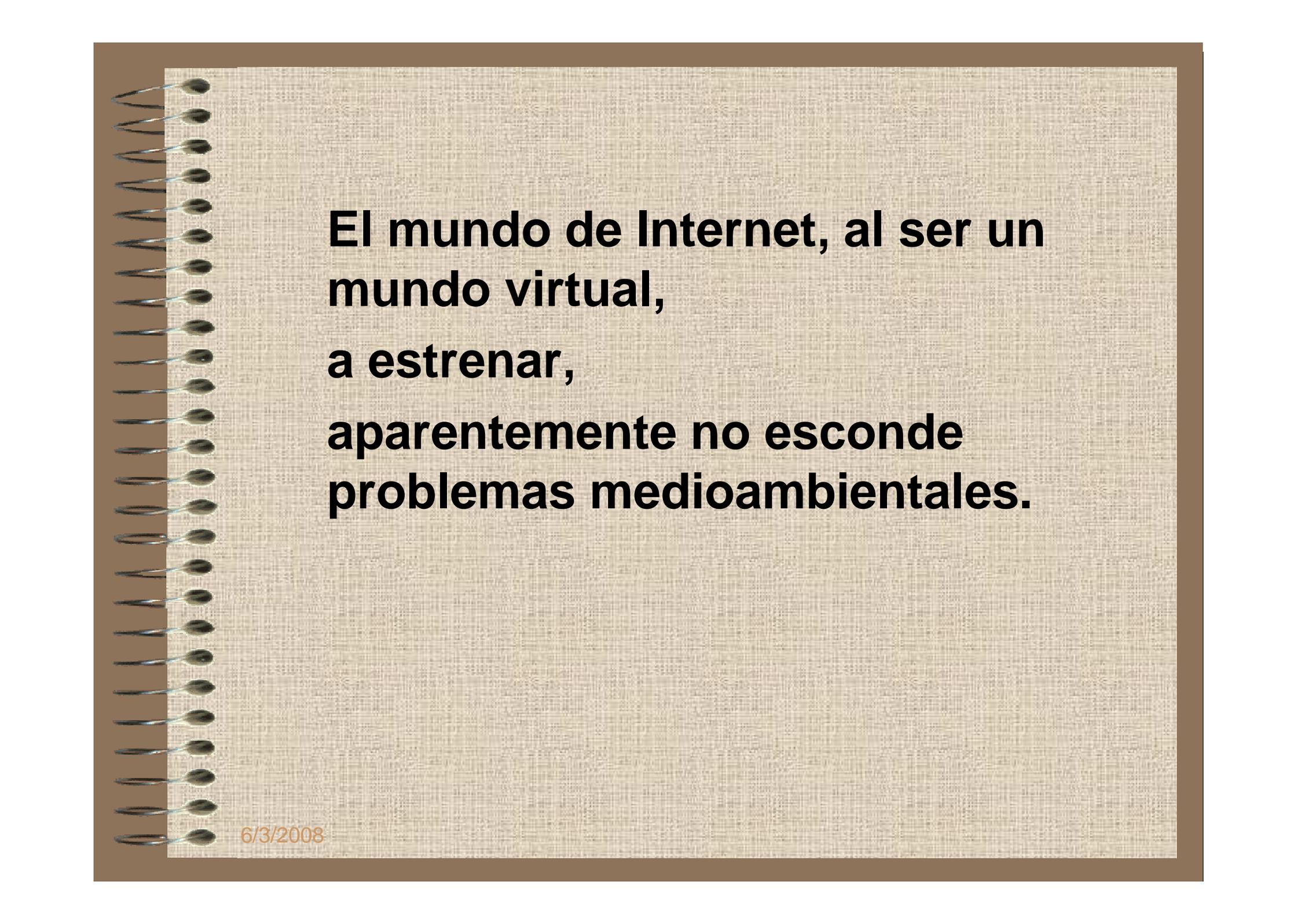
se une a la campaña que la Organización Mundial de la Salud dedica a "proteger la salud del cambio climático". Jornada Mundial de la Salud, 7 de abril de 2008.

[www.who.int/world-health-day](http://www.who.int/world-health-day)

Campaña de un solo día.

22 de abril 2008

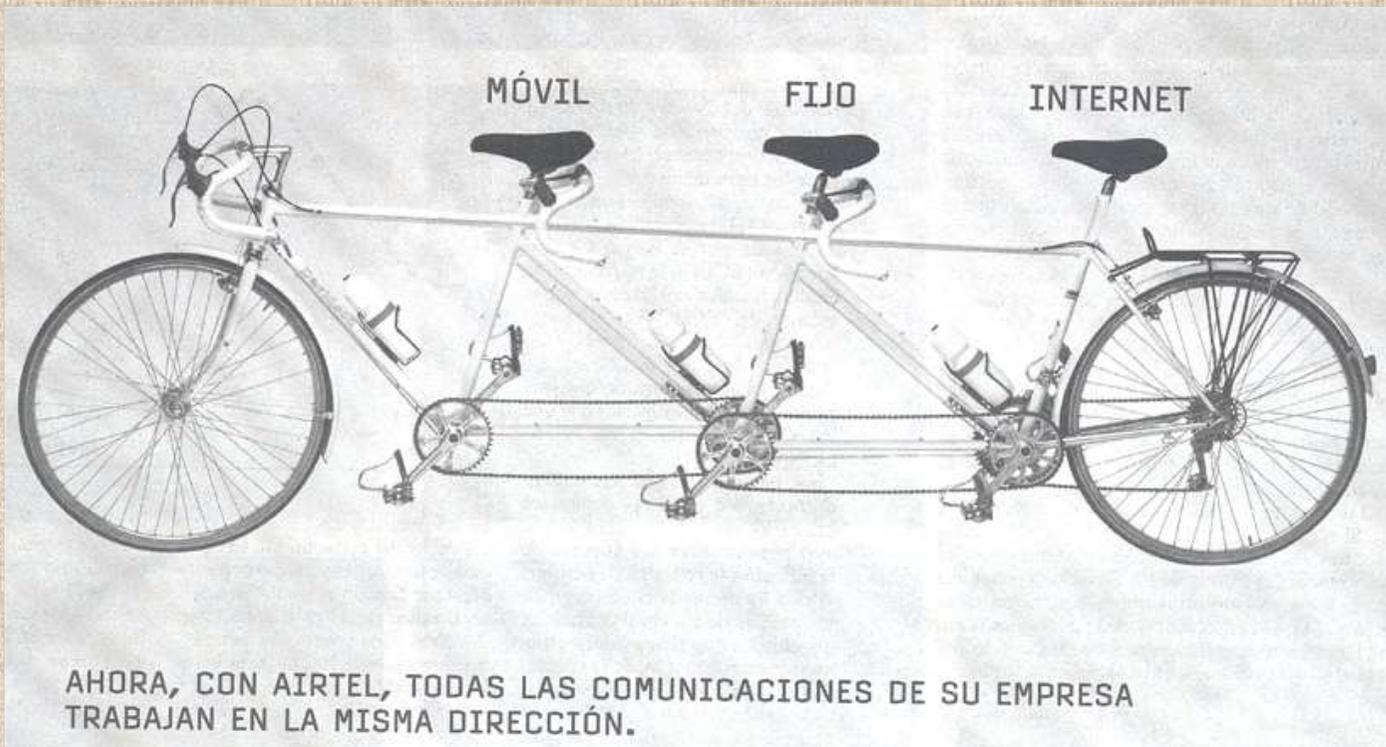
Día de la Tierra.

The background of the slide is a spiral-bound notebook with a light beige, textured cover and a silver metal spiral binding on the left side. The text is centered on the right page of the notebook.

**El mundo de Internet, al ser un mundo virtual, a estrenar, aparentemente no esconde problemas medioambientales.**

6/3/2008

Todas estas cualidades buenas quieren asociarse con el mundo de las Nuevas tecnologías.



6/3/2008



**Las soluciones globales de comunicación  
Aspira™ de Motorola superan las expectativas  
creadas por el UMTS. Le proporcionan acceso a  
nuevos mercados rentables por la vía rápida.**

[www.motorola.com/aspira](http://www.motorola.com/aspira)

¿Necesita poner en marcha un sistema UMTS (3G) rápido y sin fisuras? Elija un proveedor de soluciones que le proporcione más opciones globales *end-to-end*: Aspira 3G de Motorola. Una gama completa de terminales 3G y todo un mundo de fantásticos servicios para el usuario final. Aplicaciones de facturación y *back-office*, y una plataforma de sistemas sólida y siempre disponible. Un Core Network de los mejores de su clase, basado en IP y creado en alianza estratégica con Cisco Systems™. Trabajamos juntos aportando nuestra experiencia en integración de sistemas y aplicaciones. En resumen, todo lo que necesita para triunfar. Todo en un mismo lugar y con un mismo origen para que pueda llevar a cabo la transición de un modo más rápido y eficiente. Adelántese a la competencia y las nuevas oportunidades de negocio se convertirán en realidad.

© 2000 Motorola, Inc. Todos los derechos reservados.  
M y Motorola son marcas comerciales y Aspira es una marca comercial de Motorola, Inc.  
Cisco Systems es una marca comercial de Cisco Systems, Inc. y sus filiales.

 **MOTOROLA**  
**ASPIRA™**  
*tu imaginación es tu oportunidad*

6/3/2008

Le hemos preguntado a Lluís si está satisfecho con la cobertura de Amena.

Y Lluís nos ha contestado: "No problem."

Pues nada más que decir.

amena  
ouno  
TU LIBERTAD.

6/3/2008

The image shows the cover of a spiral-bound notebook. The cover is a light beige or tan color with a fine, woven fabric texture. A silver metal spiral binding is visible along the left edge. The notebook is set against a dark brown background.

**Campañas**

**Administraciones.**

6/3/2008

totes les botigues  
al teu servei



Ajuntament de Badalona

6/3/2008

# “¿Un hábito saludable?”



Las enfermedades cardio y cerebrovasculares son la primera causa de muerte en España.

Cuando alimentas tus buenos hábitos, reduces el riesgo de padecerlas.

Ya sabes:

- Reduce el consumo de grasas y sal.
- Haz ejercicio moderado cada día (camina una media hora, sube andando las escaleras,...)
- Conoce y controla tu tensión arterial y los niveles de colesterol y glucosa.
- No fumes.
- Evita el sobrepeso.

Cuidarte es el hábito más saludable.



Estrategias en salud.

CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES CARDIO Y CEREBROVASCULARES

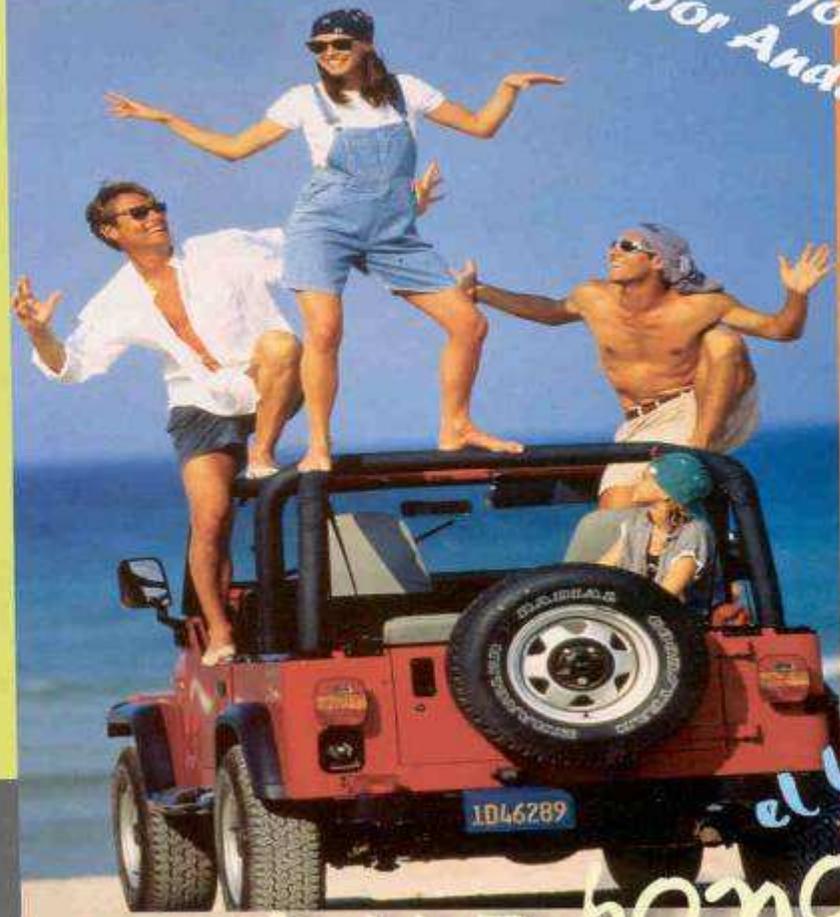


[www.msc.es](http://www.msc.es)



inturJoven  
Red de Albergues - Andalucía

*tu fórmula joven  
para viajar por Andalucía*



*el bono  
joven*

*inturbono*

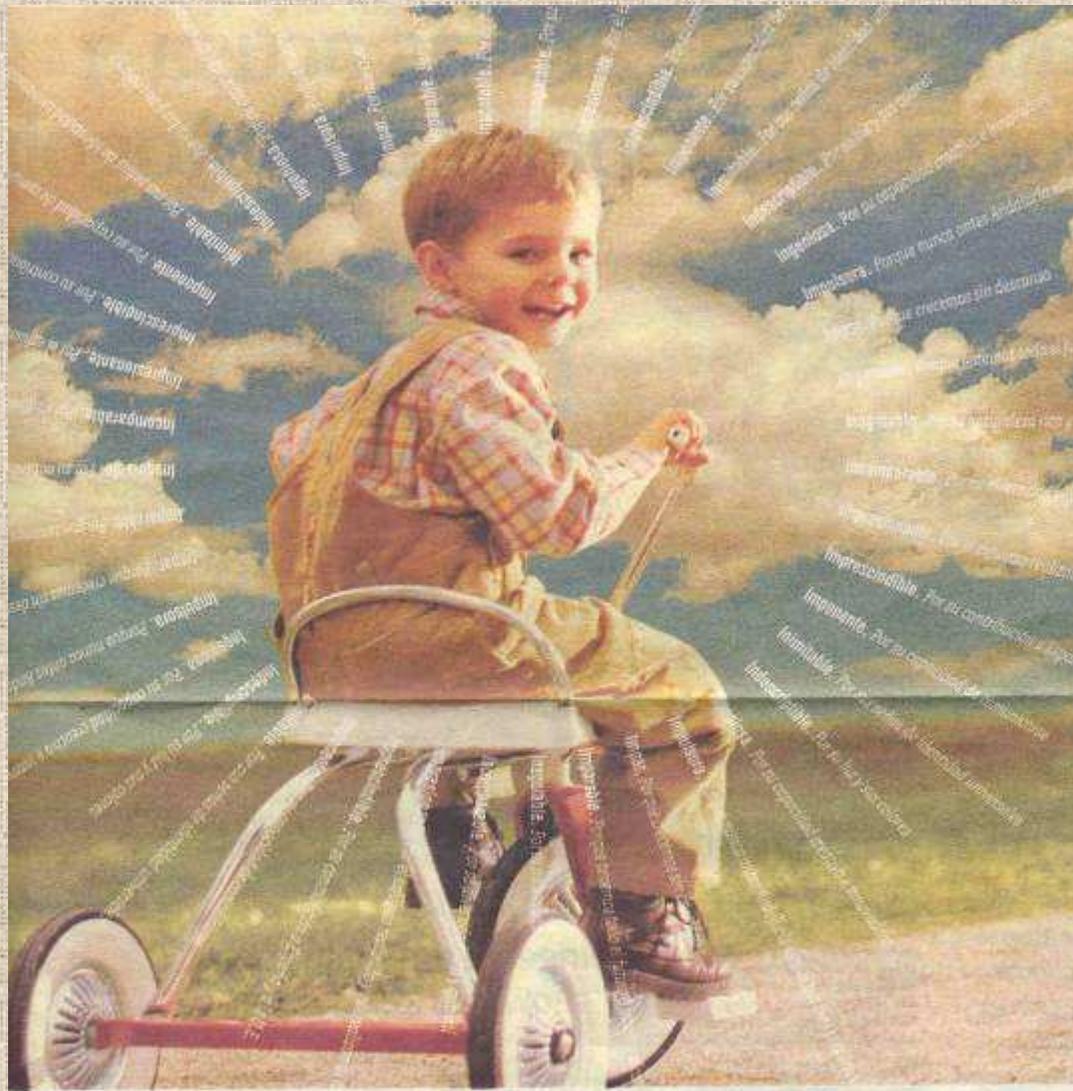


6/3/2008

JUNTOS MEJORAMOS  
EL MEDIO AMBIENTE URBANO

• menos coches • ciudades habitables

6/3/2008



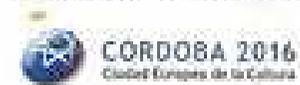
# Andalucía, Imparabl

6/3/2008



Córdoba presenta su candidatura a la Capitalidad Europea de la Cultura en el año 2016, con el fin de ser lugar de encuentro de pueblos y culturas. Tiene la ciudad razones suficientes para llevar esa merecida distinción.

Córdoba has put forward its candidature for European Capital of Culture in the year 2016, proud of its reputation as a place of encounter between people and cultures. There are plenty of reasons why the city merits this prestigious distinction.



El emocionante viaje hacia el 2016 ha estado guiado en el espíritu de la ciudadanía y sus instituciones. En 7 de junio de 2006 nació la Fundación Córdoba Ciudad Cultural como expresión de la unión de voluntades del Ayuntamiento, la Diputación Provincial, la Junta de Andalucía y la Universidad. Un nuevo modelo para continuar articulando un proyecto común que sitúa a la cultura como motor de desarrollo, generador de riqueza económica, social y cívica.

El proyecto de Capitalidad se va afirmando como modelo europeo capaz de integrar diversas acciones, sensibilidades y acciones en un mismo objetivo. Así, el nuevo tipo de la ciudad se va formando por hitos de historia, emprendedor presente y futuro experimentación.

Córdoba presenta así, su candidatura voluntaria de ser [Ciudad Europea de la Cultura en el 2016](#).

The fascinating journey towards the year 2016 has made a profound impression on the city's population and institutions. On 7th June 2006 the Foundation for Córdoba as the Capital of Culture was created as a statement of common intention by the Town Hall, the Provincial Government, the Andalusian Government and the University. They provided a new platform from which to further develop the established project of promoting culture as a driving force behind development, economic wealth, and social and civic welfare.

The Capital of Culture project has become firmly established as a common aim, able to unite a wide range of people, points of view and social forces to follow a common path. In this way, the rich history of our city is united with the thrust of history, the experience of the present and the hopes of the future.

The city Córdoba is unfolding its dream to be

6/3/2008

TEATRO REAL | 10 años

Las mañanas del Domingo en el Real por **4€**



**DOMINGOS de GÁMARA**  
CONCIERTOS INTERPRETADOS POR SOLISTAS DE LA ORQUESTRA SINFÓNICA DE MADRID

<p>Concierto de Gárgori Mendelsohn Mauricio Strakosky, Violín Gustavo Rodríguez, Violonchelo</p>	<p>Concierto de Beethoven, Op. 59, No. 3 Fernando López</p>	<p>Concierto de Beethoven, Op. 59, No. 3 Fernando López</p>
<p>Concierto de Chopin, Op. 21, No. 1 Javier Torres</p>	<p>Concierto de Chopin, Op. 21, No. 1 Javier Torres</p>	<p>Concierto de Chopin, Op. 21, No. 1 Javier Torres</p>

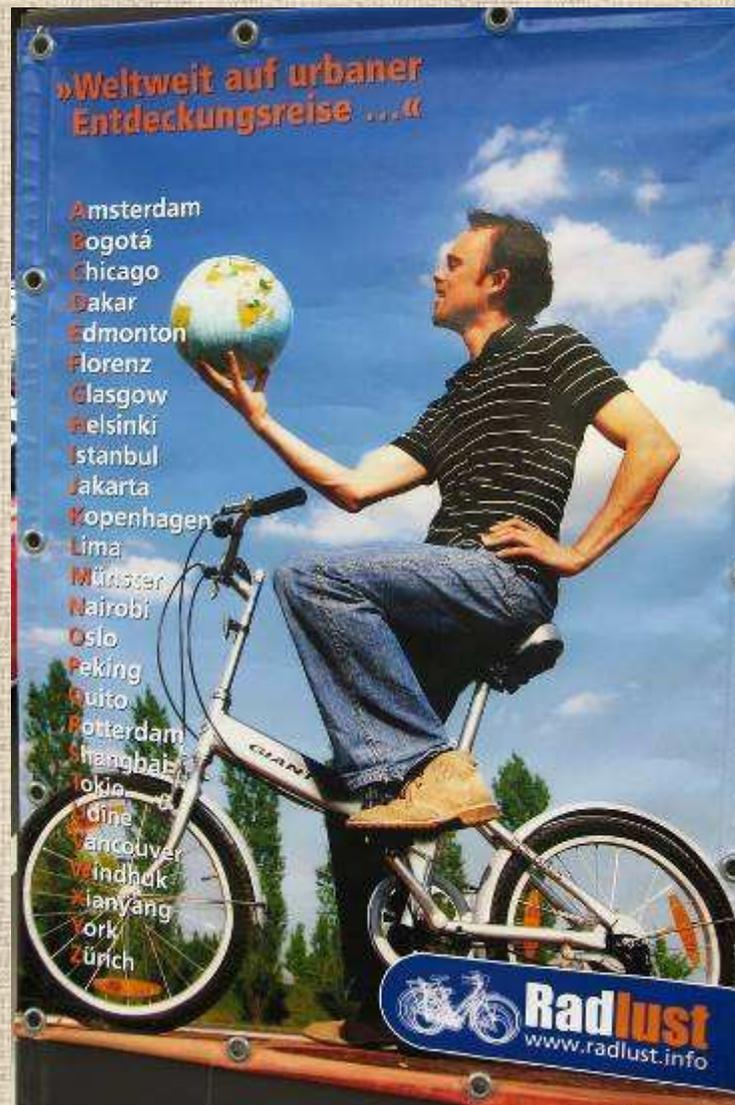
VENTA DE ABONOS Y LOCALIDADES  
Teléfono: 912 24 66 66 • www.teatro-real.com

PARA TODOS

# **Campañas**

## **Asociaciones pro-Bici.**

6/3/2008

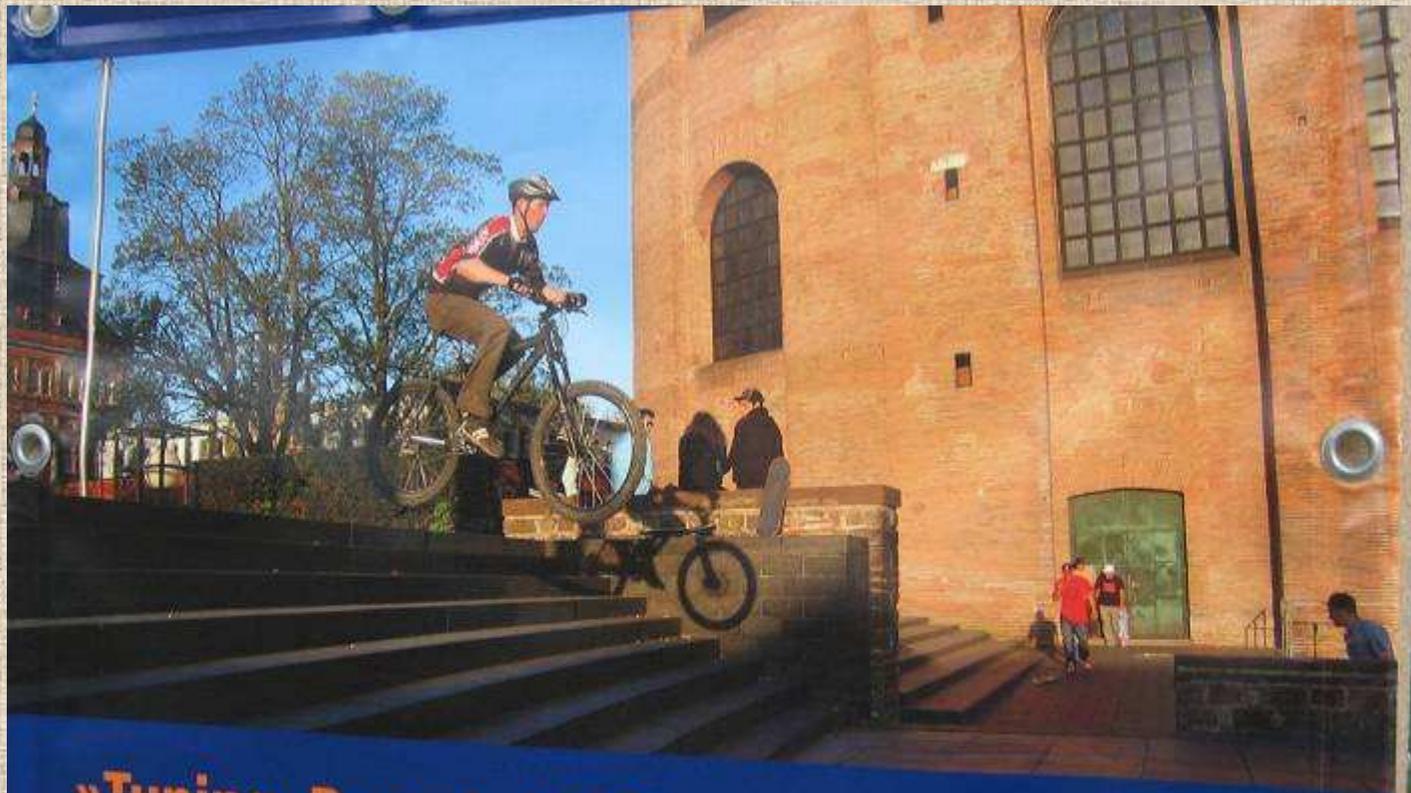


»Weltweit auf urbaner  
Entdeckungsreise ...«

- Amsterdam
- Bogotá
- Chicago
- Dakar
- Edmonton
- Florenz
- Glasgow
- Helsinki
- Istanbul
- Jakarta
- Kopenhagen
- Lima
- Lüttich
- Nairobi
- Oslo
- Peking
- Quito
- Rotterdam
- Singapore
- Tokio
- Venedig
- Vancouver
- Yokohama
- London
- Frankfurt
- München

 **Radlust**  
www.radlust.info

6/3/2008

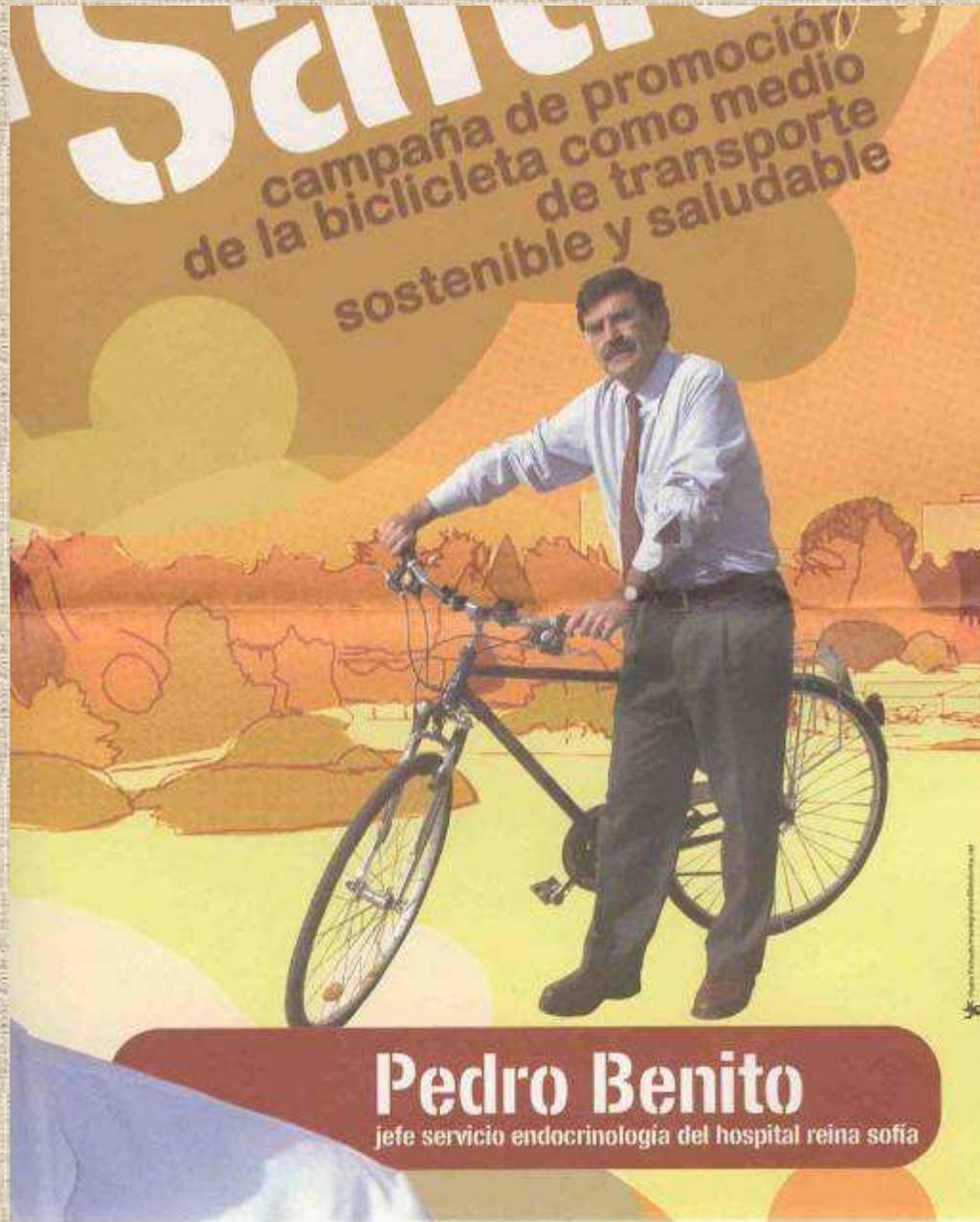


## »Tuning, Bastelei, Lifestyle«

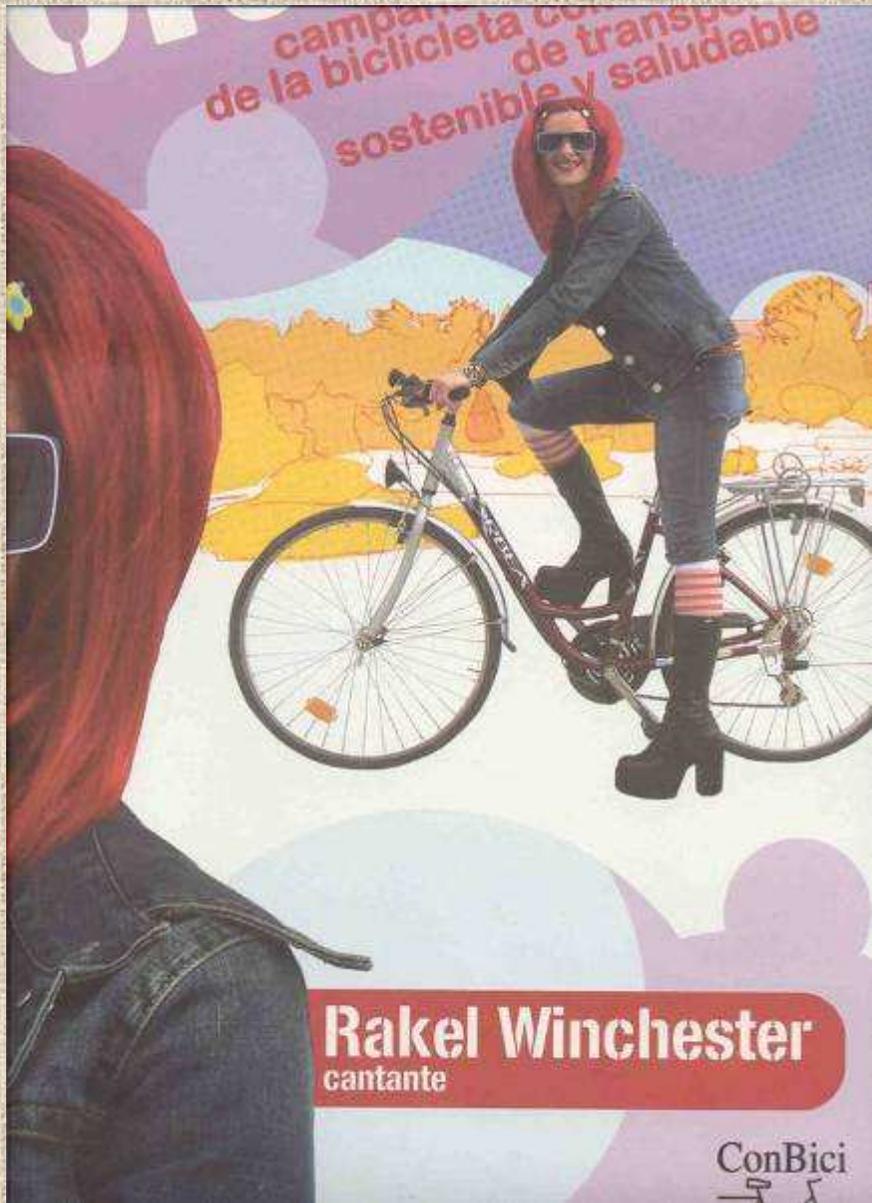
City-Chopper, Liegeräder und Klappfahrräder zeigen einen Trend, in dem urbane Nutzungsansprüche und individualistische Imageprägungen auf das Fahrrad übertragen werden.

Hochwertige Technik findet sich hier  
ster Prägung

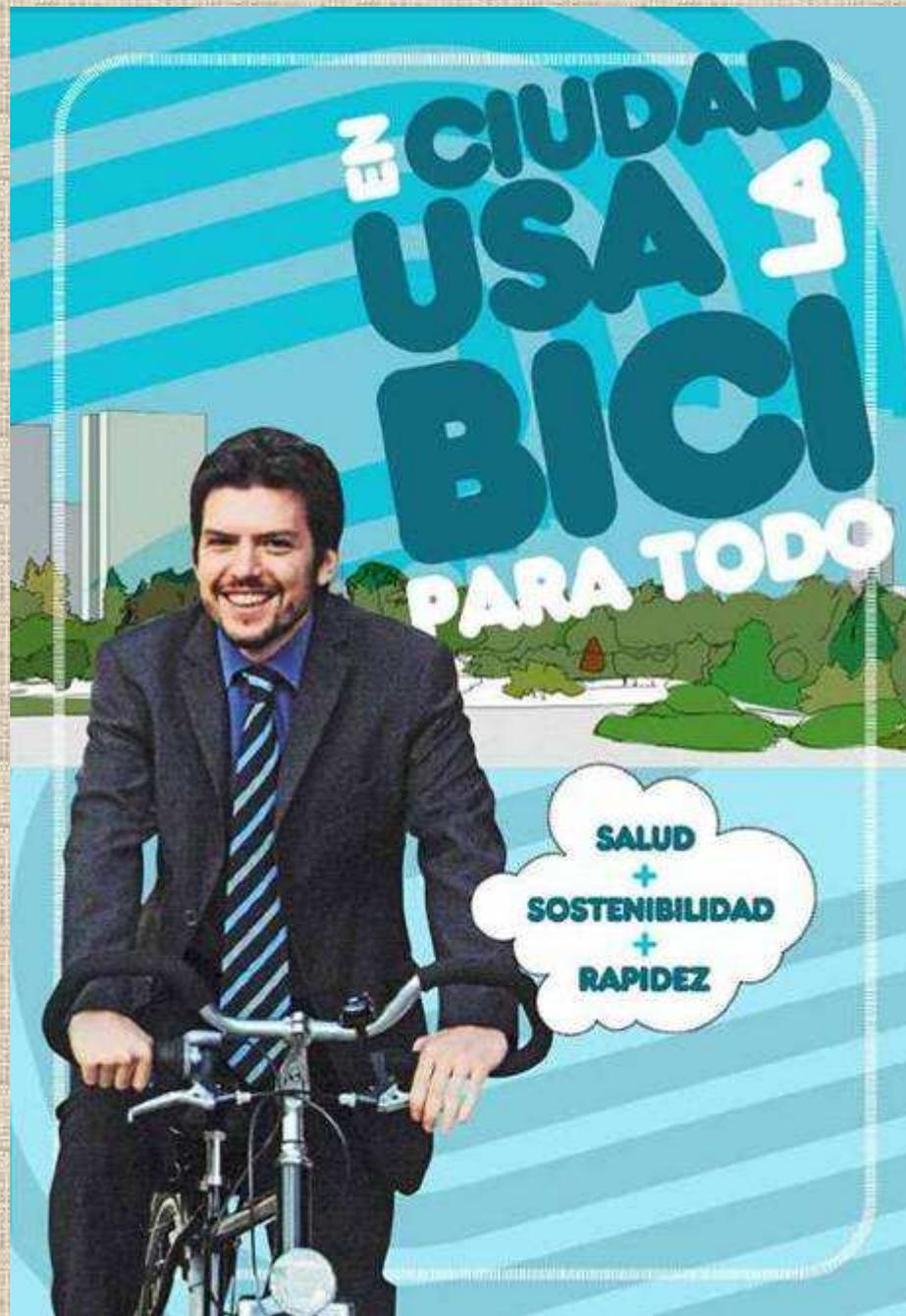
6/3/2008



6/3/2008



6/3/2008



6/3/2008

The image shows the front cover of a spiral-bound notebook. The cover is a light beige or tan color with a fine, woven fabric texture. A silver metal spiral binding is visible along the left edge. The notebook is set against a dark brown background. In the bottom-left corner, there is a date stamp in a light orange or brown color that reads "6/3/2008".

6/3/2008

6/3/2008

6/3/2008

6/3/2008

6/3/2008

6/3/2008

6/3/2008

6/3/2008

6/3/2008

LA MONEDA SIN VUELTAS

CON EL EURO  
SÓLO CAMBIARÁS  
DE COCHE



GANA uno de los

↙ **40** nuevos ↘  
**Mini**

 **CajaSur**

6/3/2008

# Observatorio Publicidad Movilidad Sostenible.

[WWW.PLATABICICORDOBA.ES](http://WWW.PLATABICICORDOBA.ES)

[WWW.CONBICI.ORG](http://WWW.CONBICI.ORG)

6/3/2008