

LA PUBLICIDAD SIMBÓLICA EN LA SOCIEDAD Y LA GLOBALIZACIÓN

MULIN ROUGE

MULIN ROUGE

Feerie

Edufuturo

Vivimos en una sociedad que está marcada y definida por los elementos publicitarios que la rodean. La publicidad ha creado de tal forma una cultura compartida. En muchas ocasiones esto ha dado como resultado una especie de globalización a nivel cultural; quiere decir que hoy en distintas partes del mundo, gozamos de cierta cultura común, una cultura que nos ha aportado la publicidad.

Quizás la publicidad se ha encargado principalmente de marcar la moda; qué es lo nuevo y qué es viejo o ya está pasado de moda. Por otro lado, la publicidad ha influido también en nuestro estilo de vida y forma de entender y afrontar ciertas cuestiones éticas como lo bueno y lo malo, lo aceptable y lo incorrecto.



La publicidad y la imagen de prestigio y exclusividad

Un claro ejemplo de la publicidad, lo podemos ver dentro de la simbología que existe, a través de la cual distinguimos las marcas de ropa. Todas estas empresas se han encargado, a través de sus símbolos, de transmitirnos una imagen concreta de prestigio y lujo. Por otro lado en otras ocasiones nos transmiten el sentimiento de deseo, felicidad y pasión entre otros. Llevar estas marcas puestas por su precio y exclusividad le dan a quién las usa, una imagen social, que en muchos casos es deseada por otros, pero que muchas veces, es sólo alcanzable por unos pocos.

Otros símbolos que muestran claramente lo que expresamos son los logotipos de cada marca. Algunos logotipos de marcas muy conocidos:



Referencias

<https://pixabay.com>

<http://www.stockvault.net/free-photos>

<https://www.shutterstock.com>