

Editor: Edufuturo

Palabras: 285

LA PUBLICIDAD SIMBÓLICA EN LA SOCIEDAD Y LA GLOBALIZACIÓN

Vivimos en una sociedad marcada y definida en muchos aspectos por los elementos publicitarios que la rodean. La publicidad ha creado y perfilado ciertos aspectos de nuestra cultura compartida, es decir de nuestra cultura como sociedad, pudiendo incluso modificar ciertos conceptos de la misma. En muchas ocasiones esto ha dado como resultado una especie de globalización a nivel cultural; esto quiere decir que hoy en distintas partes del mundo, gozamos de cierta cultura común, una cultura que nos ha aportado la publicidad.

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

LA PUBLICIDAD Y LA IMAGEN DE PRESTIGIO Y EXCLUSIVIDAD

Un claro ejemplo de esto es toda la simbología a través de la cual distinguimos las distintas marcas de moda. Todas ellas se han encargado a través de sus símbolos concretos de transmitirnos una imagen concreta de prestigio, lujo e incluso a veces sentimientos como el deseo, la felicidad, la pasión... Llevar estas marcas por su precio y exclusividad conceden a quién las utiliza una imagen social determinada, en la mayoría de los casos deseada por todos pero sólo alcanzable por unos pocos.

Otros símbolos más claros son los propios logotipos de cada marca, que otorgan también una imagen de lujo, elegancia, exclusividad, etc. a quienes llevan estas marcas. Algunos logotipos de marcas muy conocidos:



D&G



Pendiente de Revisión y Edición