

Editor: Edufuturo

Palabras: 300

SÍMBOLOS Y SEÑALES EN LA PUBLICIDAD

Los símbolos y las señales permiten optimizar la comunicación reforzando la relación entre el signo y su significado. Con ellos, la comunicación gana en rapidez de transmisión, reducción de espacio y mayor capacidad de reclamo.

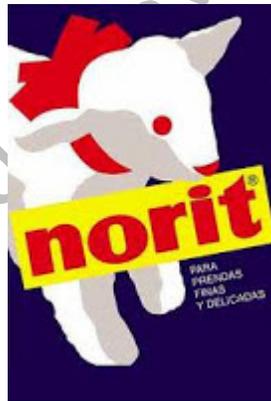
A la hora de realizar una señal o un símbolo, se suele tener en cuenta aspectos como los siguientes:

- Las personas a las que se dirige la señal.
- El sistema de significación que comparten los emisores y los receptores de la información.
- Los medios de comunicación o canales en los que está previsto mostrar las señales.
- Los distintos recursos gráficos que se pueden utilizar.

TIPOS DE SÍMBOLOS

En el marketing directo se emplean cuatro tipos distintos de símbolos e iconos. Son elementos gráficos, que son reconocidos y entendidos de forma inmediata y facilitan la orientación positiva del mensaje.

- **Símbolos gráficos:** En esta categoría se incluyen los logotipos, símbolos y los signos de puntuación. Un símbolo de marca fuerte, reconocible y positivo para el grupo objetivo funciona como un ancla.



- **Símbolos numéricos:** Aunque la diferencia entre 5 y 4,95 es de tan sólo 0,05, la percepción plástica es bien diferente. Las cifras pequeñas se perciben automáticamente como una imagen en lugar de ser "leídas" de forma lógica.



- **Símbolos verbales:** Las investigaciones en torno a la mirada muestran que las palabras escritas con tipos de gran tamaño no se perciben como una sucesión de letras, sino como elementos gráficos. Estas palabras pueden leerse aunque se escriban con letras torcidas o deformadas, pues el ojo sólo considera la sucesión de letras.



- **Símbolos "personales":** Son elementos gráficos que sólo son importantes para el grupo objetivo, por ejemplo, símbolos para jugadores de golf, aficionados a la pesca, amantes de un estilo musical...