

Lee el texto y aplica la estrategia de identificar las palabras claves



Basta con salir a la calle y comprar un periódico, mirar una valla, dirigir nuestra atención hacia una tienda, observar un cartel en un muro, encontrar un *banner* en internet... para toparnos con la publicidad.

Los anuncios de productos rodean nuestras vidas y

las empresas e instituciones utilizan todos los soportes a su alcance para transmitir mensajes publicitarios que pretenden incitarnos a la compra o guiar nuestra conducta.

Los anuncios no buscan ser objetivos, sino que intentan atribuir al producto una serie de características positivas que hagan deseable su compra. Para ello, se recurre al logotipo y al eslogan, pero también a las imágenes y al color. Con estos elementos se pretende asociar el producto a una serie de valores como el éxito, el prestigio, la juventud, la libertad, la seducción...

Las imágenes permiten que el consumidor relacione el producto con ciertas cualidades, aunque estas no se mencionen verbalmente. Basta la imagen de, por ejemplo, una mujer elegante para que ese valor –la elegancia– se transmita a un determinado objeto, que queda automáticamente vinculado con él.

El color constituye un elemento fundamental de la publicidad, ya que dota de un mayor impacto al mensaje y comunica sensaciones. Así, el blanco connota calma, pureza, inocencia; el naranja, energía; el amarillo, inteligencia; el rojo, fuerza; el azul, confianza; etc.

¿De qué trata el texto anterior? Marca.

- ☐ De los mensajes que comunica la publicidad.
- ☐ Del objetivo de la publicidad.
- ☐ Del efecto de la publicidad en el consumidor.
- ☐ De la publicidad.

Completa el siguiente esquema:

