

Che cos'è la pubblicità:

Martina

Che cos'è la pubblicità



La pubblicità è una forma di comunicazione che ha lo scopo di far conoscere un prodotto (un detersivo, un profumo, un'automobile ecc.) oppure un servizio (banche, assicurazioni, telecomunicazioni ecc.) e di indurre il consumatore ad acquistarlo.

Esistono però altre forme di pubblicità che si rivolgono al pubblico per lanciare un messaggio, per stimolare una riflessione su determinati comportamenti o stili di vita (la violenza negli stadi, l'abuso di sostanze nocive, il riciclaggio dei rifiuti, l'adozione a distanza ecc.).

Queste ultime sono promosse da associazioni umanitarie, dai ministeri della Repubblica, dai partiti politici.

I mezzi che usa la pubblicità per raggiungere il suo scopo



Come abbiamo detto, la pubblicità, che ha lo scopo di far conoscere e far acquistare un prodotto o un servizio, in sostanza deve creare un bisogno. Per farlo utilizza strumenti di persuasione che puntano soprattutto a colpire l'inconscio del consumatore: vengono cioè illustrate le caratteristiche di un prodotto con un linguaggio simbolico fatto di parole e immagini scelte con grande cura, per fare leva sull'emotività e, a volte, sull'ingenuità di coloro ai quali il messaggio è destinato.

Usati per colpire l'immaginazione

Vengono per esempio create situazioni piacevoli, che fanno parte della vita quotidiana, come famiglie felici, gruppi di amici simpatici, case ben arredate e immerse nel verde, che **colpiscono l'immaginazione** dei destinatari e inducono il **desiderio conscio o inconscio** di ritrovarsi in condizioni simili (essere belli, ricchi, amati, spiritosi; avere successo nel lavoro e con gli amici; sembrare più giovani ecc.): agli occhi del consumatore il prodotto viene presentato come **il mezzo per realizzare quel desiderio**.



la pubblicità fa promesse anzi, offrono un valore in più



La pubblicità fa dunque **promesse** che non sono solo quelle evidenti ("con questa automobile potrai avere maggior sicurezza e maggior comfort"); anzi, i pubblicitari, più che promettere un prodotto migliore di altri, promettono di offrire insieme al prodotto propagandato **un valore in più**, la vita migliore descritta dalla situazione in cui è presentato il prodotto ("chi ha questa automobile ha una bella moglie, dei figli intelligenti, una casa con giardino, può fare viaggi in luoghi meravigliosi" e così via).