

TAREA 5

Elegir una publicidad turística en lengua española y analizarla desde el punto de vista de la lengua y la comunicación.

La publicidad que elegí es un poco particular porque casi no tiene palabras, pero, sin duda, es una publicidad de impacto. Esta imagen promociona un restaurante de comida vegetal americano situado en Los Angeles, el Gratitude Café, y lo hace en una manera muy particular.

En esta publicidad la imagen tiene un rol fundamental porque no acompaña el texto, sino que lo contiene. Todo el mensaje de este anuncio es contenido en la imagen: es implícito y metafórico.

La imagen representa un trofeo de caza colgado en la pared. Pero, en cambio de la cabeza de un animal, aquí hay un brócoli. Este simpático intercambio del animal al vegetal representa la posibilidad que el restaurante ofrece a sus clientes de una alternativa vegetal a la dieta omnívora o carnívora. Por eso tiene una función emotiva: muestra una alternativa viable a la carne, una alternativa que no incluye matar a un animal.

Otro punto en el que quiero centrarme es que la pared que se ve en esta foto, en horizontal, podría parecer un mantel. Y la tabla, una especie de plato donde está servido el brócoli y está listo para ser comido por los clientes del restaurante.

También los colores de esta publicidad son muy evocativos: podemos notar colores neutros y que nos hacen pensar a la tierra y a la naturaleza: de hecho, los colores que dominan la imagen son el verde y el marrón.

El único lugar donde se puede leer el nombre del restaurante es en la esquina inferior derecha. Aquí hay un billete que parece un certificado de procedencia/origen del trofeo de caza vegetal, y que muestra el nombre y la dirección del restaurante. Se puede también notar que, aunque este billete sea muy pequeño y situado abajo, es claro y bien visible porque su color no es marrón y verde como el resto de la imagen, sino azul: un color que también representa la tierra y la naturaleza, pero que es muy distinto de los otros.

