

# Publicidad, ¿Cuál es su función básica?

La publicidad se encarga de informar haciendo pública la existencia y características de productos o servicios. Sus conceptos son de los más discutidos y estudiados en los últimos tiempos en la Comunicación Visual. Su función es la de clarificar y no complicar. ¿Hoy la imagen lo es todo?

Por: C.E.I. (Servicio de Prensa)



**D**e la publicidad surgen otras dos variables muy importantes que hacen al planteo que se manifiesta al comienzo: **la imagen y el diseño.**

## La Imagen

Trabajar en la imagen visual o gráfica de un producto o un servicio contempla consideraciones muy importantes porque una de las funciones básicas de la

publicidad es, precisamente, formar la imagen del producto, o sea construir una nueva realidad.

La imagen es también realidad cuando se percibe por novedosos instrumentos ópticos de alta tecnología, y se diferencia de la que podemos percibir por los órganos de los sentidos humanos, ya que la primera es de orden artificial.



En esta decoración vehicular se ve arte moderno en el diseño, calidad de montaje y alta tecnología vinílica e impresión. La foto retocada y fondo negro permite el texto en blanco.

Foto gentileza Prodesign y Visual Graphics.

### El Diseño

Literalmente significa dibujo, "indicar, marcar, trazar, dibujar".

Diseñar es dibujar y también designar, y es así que la referencia de los comienzos del diseño es el dibujo.

Pero cuando se habla de diseño específicamente, se refiere a una actividad intelectual y profunda, que va más allá de la representación gráfica, ello implica crear un objeto que responda a distintas variables, desde lo estético hasta lo práctico, debiendo también pasar por lo económico y lo funcional.

Walter Gropius decía algo por el estilo:

"los trabajos de diseño buscarán procurar una solución en la que se mantengan en equilibrio todos los factores esenciales, es decir, lo social, lo visual, y los técnicos y económicos".

Para diseñar hay que comprender. Se debe entender el problema práctico que resolverá el objeto diseñado, cualquiera sea el objeto y sin que se pierda de vista su valor como unidad estética.

### Comunicación Visual y Mensaje

En el caso de la comunicación visual no basta que un mensaje sea claro para llamar la atención, ya que además debe competir en un ambiente de sobrecarga visual y sólo logrará destacarse mediante un diseño exitoso.

# Ahora en zona Oeste!

## Impresión digital al solvente

# Prodesign

IMAGEN SIN LIMITES

Diseño  
Cartelería Integral  
Gráfica Vehicular  
Señalización  
Gigantografía  
Páginas web

DESCUENTOS AL GREMIO

Utilizamos materiales

Santamaría 3177 - San Justo - Buenos Aires - Argentina - B1754AFC  
 info@pro-design.com.ar tel: (5411)4482-6146 rot. www.pro-design.com.ar

## Un pedagogo del arte con tecnología



Bruno Munari al respectó manifestó:  
"se trata de un problema de claridad, de simplicidad. Se ha de trabajar mucho para quitar, en lugar de buscar añadir. Quitar lo superfluo para que la información sea exacta, en lugar de añadir para complicar la información".

**Walter Gropius** (1883-1969): Arquitecto y profesor alemán, fundador de la Bauhaus, la escuela de arte que capitalizó la investigación sobre arquitectura y artes aplicadas durante la primera mitad del siglo XX. Sus principales hipótesis, que formaban parte de los principios de esta escuela, fueron la economía expresiva y la adecuación a los medios productivos para todas las formas de diseño, una especie de adecuación práctica entre el arte y la ingeniería. Estos conceptos también se plasman en sus edificios, que ejercieron una enorme influencia en la arquitectura moderna.

Después de la Primera Guerra Mundial dirigió dos escuelas de arte en Weimar, hasta que las transformó, en 1919, en la nueva Staatliches Bauhaus, donde introdujo una pedagogía que aunaba el estudio del arte con el de la tecnología. Los estudiantes aprendían a través de distintos talleres las habilidades básicas de los principales oficios, y así se familiarizaban con los materiales y los procesos industriales. Este método hizo posible un gran acercamiento a la realidad de la producción en serie y revolucionó el mundo del diseño industrial moderno.

Desde 1940

**SANTOS NEON S.R.L.**

*Laboratorio*

Proveedor del fabricante de carteles

Tres Arroyos 1910 Cap. - Argentina  
Tel/Fax: 4582-6884  
E-mail santosneon@arnet.com.ar

### Imagen publicitaria, arte y tecnología

La imagen, el diseño y el mensaje, por supuesto forman parte de un conjunto que llamamos imagen publicitaria, y que debe regirse por objetivos fundamentales que contemplen el arte en su sentido más completo.

La publicidad construida a partir de imágenes visuales depende de un diseño artístico para cumplir con el objetivo comunicacional perseguido.

Por propias características de la Comunicación Publicitaria si en ella no existe un mensaje de contenido y riqueza visual el impacto no será el buscado, quizás por esto, hoy se recurre a la tecnología cibernética para lograrlo.

Pero he aquí que ello exige aún más al diseño y al diseñador, ya que la imagen visual debe superar a lo ya conocido, construyendo un mundo virtual inimaginable pero a la vez creíble en "el mensaje" formulado por los creativos, investigadores y ejecutivos que centran su interés en el resultado.

El mensaje fija objetivos buscando resultados, la construcción del mismo a través de la palabra escrita es complementada por la imagen. El impacto y efectividad se medirá en los resultados de ventas si es un producto o en las respuestas si es un servicio.

### Publicidad y avance tecnológico

Apreciamos que la imagen visual en la publicidad de hoy se apoya y basa en diseños sorprendentes confor-

## Un pionero en la decoración de vehículos

**Bruno Munari** (1907-1998): nacido en Italia, a los veinte años comienza con la pintura, el diseño, la experimentación didáctica y cinética, la gráfica, la publicidad y la fotografía.

En 1948 funda el Movimiento de Arte Concreta (MAC). Sus numerosas exposiciones personales son ricas de invenciones: en 1949, en la librería Salto de Milán, presenta las "Máquinas inútiles" y, en 1950, los "Libros ilegibles"; en 1951, en la Saletta dell'Elicottero en Milán, expone la "Colección de objetos encontrados"; en 1952, en la Galleria Bergamini de Milán, se exponen sus "Cuadros cuadrados plásticos".

En 1950 inicia la serie de cuadros "Negativo positivo" que expone en París el mismo año.

También participa en numerosas exposiciones de "Materias plásticas en formas concretas" con obras de celuloide, flexiglás y laminados plásticos.

En abril de 1954 trabaja con Dorfler en la exposición "Color para las carrocerías de auto" que tiene lugar en el Salón del Automóvil de Turín. En su carrera profesional también cabe señalar, por su importancia internacional, sus trabajos de diseño y sus estudios sobre la identificación del arte, juego y aprendizaje creativo según la inteligencia de los niños. El artista muere en Milán el 30 de septiembre de 1998.

mando un proceso de fusión de arte y tecnología, válido para imágenes en movimiento de letreros, vallas y fotogramas.

Nunca la publicidad fue tan efectiva como hoy, nunca se había identificado tanto con un momento socio-histórico-cultural de desarrollo tecnológico.

Responde a las necesidades de demanda diciendo sin palabras.

Se dicen las cosas sin decirlas, mostrándolas con imágenes.

Este momento posmoderno de la publicidad es fundamental que no pierda los orígenes de su significado, sí combinar todos los factores (técnica, mercadeo, estética, impacto), pero sin olvidar lo más importante, la participación de la persona mediante la expresión de la creatividad humana. ■

## En esta línea de productos también garantizamos calidad.



### Rollos e insumos

#### Plotter de Impresión

- Rollos Bond (obra sin encapar)
- Mate de alta resolución
- Fotográficos glossy y satin
- Calco (vegetal)
- Poliéster mate y glossy
- Rollos adhesivados
- Backlight

#### Tintas

### Rollos e insumos

#### Plotter de Corte

- Vinilos fundidos
- Vinilos calandrados
- Opacos
- Reflectivos
- Traslúcidos
- Metalizados
- Transfer (papel y poliéster)
- Vinilos de impresión
- Lonas vinílicas

Jorgemilitemo

FOAM-BOARD • AEROSOL ADHESIVO • CARTON MILIMETRADO  
LONAS VINILICAS • LAMINAS MAGNETICAS FLEXIBLES

**PRECIOS POR MAYOR Y MENOR  
CORTES Y FRACCIONAMIENTO**

t knica  
DIGITAL IMAGING



**CASA HUTTON S.A.** Calle 48 (ex Estrada) 1921  
(B 1650 KBK) • San Martín • Buenos Aires  
Tel.: (011) 4724-8000 • Fax: (011) 4724-8099  
info@hutton.com.ar • www.hutton.com.ar

Suc. Rosario: 1° de Mayo 2060 • (2000) Santa Fe • Tel.: (0341) 482-7875 y rotativas  
Suc. Bahía Blanca: Don Bosco 1315 • Prov. Buenos Aires • Tel. (0291) 455-7677