



EL DISEÑO EN LA PUBLICIDAD

Profesor Rodrigo Fernández, Artes Visuales, III Medio



¿QUÉ ES PUBLICIDAD?

La publicidad es la herramienta que tiene los objetivos de divulgar un producto para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado.



¿QUÉ ES DISEÑO GRÁFICO?

El diseño gráfico es una profesión y disciplina académica cuya actividad consiste en proyectar comunicaciones visuales destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos sociales, con objetivos determinados.



IMPORTANCIA DEL DISEÑO EN LA PUBLICIDAD

El diseño es muy importante en la publicidad ya que ayuda a definir la marca y a darle un sello distintivo e identidad, esto posiciona a las compañías en el mercado y les otorga importancia, respeto y notoriedad.



PSICOLOGÍA DEL COLOR

Es una rama de la psicología que estudia como percibimos los colores y a que los asociamos.

COLOR	INSPIRA:	MARCAS QUE LO UTILIZAN
ROJO	Amor, calor, valor, pasión, poder, espontáneo, sexo, ira e incluso peligro	
NARANJA	Transmite amabilidad, alegría, innovación, energía y diversión	
AMARILLO	Optimismo, hospitalidad, tranquilidad, creatividad, atemporalidad.	
VERDE	Crecimiento, renovación, relajación, juventud, orgánico, seguridad	
AZUL	Fuerza, frío/fresco, calma serenidad, descanso, confianza, inteligencia	
MORADO	Misterio, sofisticación, eternidad, excentricidad, lujo, moda, frívolo, exótico	
ROSA	Ilusión, ensueño, infancia, tierno, delicadeza, cortesía, erotismo, dulce, encanto	
CAFÉ	Acogedor, estabilidad, confort, amargo, cálido, corriente, rústico	

REPRESENTACIÓN GRÁFICA DE UNA MARCA

ISOTIPO

Parte simbólica de la marca.
Ésta es reconocida sin texto.



LOGOTIPO

Hablamos de logotipo cuando se identifica por el texto.

VOGUE

Canon

IMAGOTIPO

Combinación de imagen y texto. También funcionan por separado.



ISOLOGO

El texto y el icono conforman un grupo.
No funcionan el uno sin el otro.



CLAVES PARA HACER UN “LOGO” EXITOSO

LA SIMPLICIDAD



1976



1977



1998



2007



2012

Estudios aseguran que mientras mas simple es un logo, más fácil lo procesamos y por ende, más exitoso es.

El logo de Apple en un comienzo era muy complejo y representaba la manzana de Isaac Newton, luego pasó a ser un logo muy colorido, luego brillante hasta el actual que es mas plano y sencillo.

CLAVES PARA HACER UN “LOGO” EXITOSO

MEMORABLE

Es muy importante para una marca ser recordada, por eso un logo debe ser único, memorable y original.



El logo de Disney Channel es un buen ejemplo de originalidad ya que representa a Mickey Mouse.

CLAVES PARA HACER UN “LOGO” EXITOSO

ATEMPORALIDAD

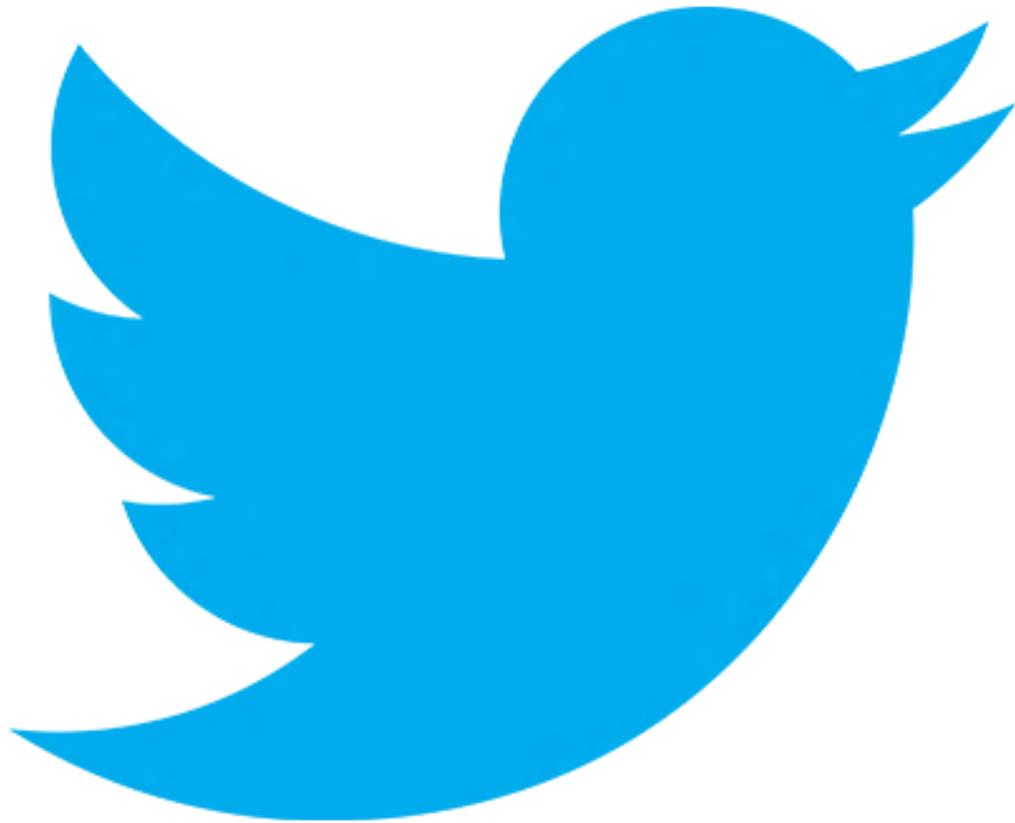


Es muy importante para una marca mantener un logo durante un tiempo prolongado, si suele hacer cambios muy grandes pone en riesgo su credibilidad y posición en el mercado.

El logo de McDonald's ha ido actualizándose pero desde hace décadas suele conservar su “m” que la hace tan particular.

CLAVES PARA HACER UN “LOGO” EXITOSO

VALORES



Un buen logo es capaz de transmitir los valores y el mensaje de una marca

El logo de twitter (pájaro azul), represente la gente expresando sus opiniones y la libertad de expresión

ACTIVIDAD:

Crear un logo para una empresa (puede ser una empresa real o una inventada por ustedes), pensando en las "claves" para crear un buen logo (revisar presentación).

MATERIALES:

Hoja de block, croquera o cualquier hoja blanca, lapices de colores y/o materiales de libre disposición. El logo debe ser de mínimo 5x5cm

CUALQUIER DUDA, Y PARA HACER LLEGAR SUS AVANCES Y TRABAJOS PUEDEN COMUNICARSE CONMIGO A TRAVÉS DE CORREO ELECTRÓNICO RFERNANDEZ@CCECHILLAN.CL O A MI INSTAGRAM @PROFESOR_RFERNANDEZ. PLAZO DE ENTREGA 19 DE JULIO



EJEMPLO HECHO POR EL PROFESOR

El logo que hice lo cree para una empresa ficticia: "Librería y papelería MARFÍL", el color es de tonos amarillentos (como el color marfíl), y se puede distinguir un lápiz (haciendo alusión al rubro). También podemos ver como al medio se forma una letra "m" representando la letra inicial de la marca.

