

REVISION DE DISEÑO GRÁFICO: LA IMPORTANCIA DE LA PUBLICIDAD ILUSTRADA COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN

*Autores: Fabián Alexander Sepúlveda Silva ¹
Paula Andrea Barbosa Rincón ²*

Resumen

Este artículo investigativo se realizó con el propósito de indagar e informar a los lectores sobre la importancia, ventajas, usabilidad, historia y aplicaciones que hay en el día a día de la publicidad ilustrada. La metodología que usamos para la realización de este artículo investigativo, fue principalmente una búsqueda en las herramientas y recursos web desde el navegador de Google, haciendo uso de diferentes combinaciones de palabras claves, generando términos y diapositivas. Se encontraron diversas investigaciones y publicaciones previas de distintos autores que abarcaban los términos y palabras clave que usamos en nuestro artículo, cuyas ideas utilizamos, citamos y referenciamos. Con estos hallazgos, hemos profundizado el conocimiento propio y tomados los aspectos más esenciales para nuestro artículo y, así mismo, profundizar los conocimiento y posible aprendizaje nuevo para los lectores

En este documento se explora el concepto de ilustración publicitaria haciendo una investigación desde los orígenes individuales del término “ilustración” y “publicidad” hasta llegar a la unión de los conceptos, aplicaciones e importancia que la publicidad ilustrada tiene hasta el día de hoy.

Palabras clave: Comunicación, diseño, herramienta, ilustración y publicidad.

GRAPHIC DESIGN REVIEW: THE IMPORTANCE OF ILLUSTRATED ADVERTISING AS A COMMUNICATION TOOL

Abstract

This investigative article was made with the purpose of inquiring and impacting readers on the importance, advantages, usability, history and applications that exist in the day to day of illustrated advertising. The methodology that we used to carry out this investigative article was mainly a search in the tools and web resources from the Google browser, making use of different combinations of keywords, generating terms and slides. Several previous investigations and publications by different authors were found that covered the terms and keywords that we use in our article, whose ideas we use, cite and reference. With these findings, we have deepened our own knowledge and taken the most essential aspects for our article and, likewise, deepen the knowledge and possible new learning for the readers

In this document, the concept of advertising illustration is explored by doing an investigation from the individual origins of the term "illustration" and "advertising" until reaching the union of the concepts, applications and importance that illustrated advertising has until today.

Keywords: Communication, design, tool, illustration and advertising.

Introducción

Este artículo investigativo se realizó con el propósito de indagar, profundizar conocimientos e informar a través de publicaciones e investigaciones previas con palabras clave del tema principal, transmitir al lector la importancia, ventajas, usabilidad, historia y aplicaciones que tiene la ilustración publicitaria hasta el día de hoy. Otro de los objetivos de este artículo son informar y destacar la importancia de la ilustración en la publicidad y como herramienta de comunicación, con ello, este artículo investigativo puede servir y usarse en el futuro como herramienta y guía para complementos o investigaciones futuras para los campos relacionados con el diseño gráfico.

Metodología

La metodología que usamos para la realización de este artículo investigativo, fue principalmente una búsqueda en las herramientas y recursos web desde el navegador de Google, haciendo uso de diferentes combinaciones de palabras clave, generando términos, haciendo una comparación entre distintos sitios, llegando a la selección de los materiales más acordes y que nos ayudaran a redactar el tema principal de la investigación. Aunque pocas, se realizaron indagaciones de diapositivas y artículos web, donde seleccionamos las más adecuadas y acordes para el proceso.

FUNDAMENTO TEORICO

Neoclasicismo

La ilustración tiene su apogeo desde el neoclasicismo, donde predominó durante varios siglos hasta el estallido de la revolución francesa.

La ilustración en su época histórica estuvo relacionada principalmente en Inglaterra y Francia como el “iluminismo”, o también conocido como el siglo de las luces, cuya corriente de pensamiento atravesó diferentes ámbitos de la sociedad como la cultura, la política y el arte, configurando completamente las formas de vivir y la forma como se relacionaban las personas (Trill, 2013)

Aunque el neoclasicismo reflejaba cierta frialdad, este movimiento verdaderamente pretendía ser un arte verdaderamente revolucionario. Los artistas en búsqueda de una participación del nacimiento de una cultura basada en razón, moral y progreso, plantearon seguir una serie de características y valores. La educación y la moralización como propósito y fin del neoclasicismo, artistas y escritores creían que por medio de sus obras ayudaban a emitir los valores necesarios para construir una sociedad racional, moral, culta y reformista que superara la ignorancia.

La ilustración se caracteriza por el deseo de conocer. Por ello, el desarrollo de la filosofía es notable. El pensamiento ilustrado procede de las doctrinas racionalistas (Descartes, Leibniz, Spinoza) y empiristas (Bacon, Locke) desarrolladas en el siglo XVII. Dos de los filósofos más importantes de la Ilustración son el escocés David Hume (*Investigación sobre el entendimiento humano*, 1748) y, sobre todo, el alemán Immanuel Kant, cuya *Crítica de la razón pura* (1781), que reflexiona sobre la estructura de la razón y los límites del conocimiento, es un punto de inflexión en la historia de la filosofía y el inicio de la filosofía contemporánea. Kant también se

ocupó de la ética (su célebre *imperativo categórico*, con claro espíritu ilustrado, consiste en obrar siguiendo un principio que se desee como válido para todos los hombres) y anticipó (junto a Berkeley) el Idealismo romántico al poner el énfasis en la subjetividad (Elcastillodekafka, 2013)

El Neoclasicismo en el arte

En la pintura neoclásica, predominó el dibujo y la forma sobre el color. Se cultivaron fundamentalmente temas más históricos y mitológicos usando, generalmente, la pintura al óleo, aunque también hubo pinturas al fresco.

En la escultura neoclásica, hubo una predilección por el mármol blanco. Las figuras esculpidas evocaban estéticas sencillas enfatizando en la simplicidad de líneas y en la poesía clásica, abordando temas sobre la mitología grecorromana y expresiones alegóricas. La edificación neoclásica se caracterizó por rescatar la conceptualización de la funcionalidad y el utilitarismo de la arquitectura de la decrepitud Clásica (Grecia y Roma).

También, proliferaron los edificios civiles, como palacios de presidencia, parlamentos, museos, academias, etcétera., pues todos los nacientes gobiernos del siglo XVIII en avance aspiraban a agregarse en la conjunto de los valores modernos que representaba el racionalismo neoclásico (Imaginario, 2019)

Ilustración y Liberalismo

Para los filósofos ilustrados, así como el individuo puede recrear su libertad original en una sociedad política, a través del consenso, también puede desplegar el poder de la razón a través de la educación: "La razón una vez educada será adulta". La razón esclarecida o iluminada no es sino la razón educada desde y por ella misma. De ahí que la Ilustración se vea a sí misma como el pensar racional sobre las cosas de la vida humana, según su importancia e influencia en el destino del hombre. Esta idea es retomada por Immanuel Kant en un texto que denomina "Respuesta a la cuestión: ¿qué es la Ilustración?" (1784). Y me parece que un modo de tocar los asuntos capitales del tema de la constitución del sujeto moderno es ciñéndonos a algunas cuestiones elaboradas en este texto. (Godoy, 2001, p.14)

El objetivo principal del arte no es la belleza, sino la expresión y sentimientos que pueden abrir horizontes mucho más amplios. Emerge un deseo de que aparezca lo nuevo, insólito, oculto, reprimido, en una palabra, lo sublime, lo que está más allá del límite. Esta ansiedad provoca mucho más placer estético que la belleza. Prima la subjetividad en detrimento de lo objetivo. Por medio del arte se intenta expresar el mundo interior del artista, aunque para ello haya que recurrir a mundos oscuros, penumbras o sueños. Se impone el gusto por lo exótico. Se valora lo distinto, de ahí que la mirada se fije profundamente en mundos orientales (Peimbert, 2010, diapositiva 22,24).

Ilustración reviste una clara importancia y significancia en lo que respecta a la difusión del conocimiento,. De este modo, se pudo lograr que cada vez una mayor parte de la población accediera al conocimiento que antes era entendido como un privilegio y que era utilizado por los sectores dominantes para ejercer poder y dominio. Todos estos elementos terminaron culminando en uno de los eventos más importantes de la historia, la Revolución Francesa que fue guiada por

los sectores burgueses intelectuales con apoyo del campesinado y que significaría el definitivo camino hacia formas de poder político más abiertas y democráticas.(Bembibre, 2014)

La Publicidad

La publicidad como concepto básico se podría tomar como la divulgación de información de carácter comercial hacia un público objetivo con la intención de atraer a posibles clientes, usuarios o espectadores, hay que tener en cuenta que la publicidad está asociada a diferentes sectores de la comunicación que se basan en la divulgación de ideas y conceptos a partir de varios objetivos de transmisión de mensajes fortaleciendo la presencia e imagen de una cosa, persona o empresa. Teniendo en cuenta esto encontramos diferentes tipos de publicidad que se van calificando a partir de los medios de difusión que pueden utilizar en las actividades que realicen para el contenido o el alcance que se quiera lograr algunos ejemplos son los medios de difusión en este caso podría ser el internet, medios online, radio, televisión entre otros y en el alcance del público que quisiéramos tomar sería punto de venta nacional, internacional o local entre otras clasificaciones.

El concepto de publicidad ha sido definido por diferentes instituciones de una manera muy amplia donde no se establece diferencias entre publicidad y algunos conceptos derivados sin limitar las actividades que se pueden realizar bajo esta palabra, algunos publicistas han sintetizado dos ingredientes que la diferencian de otros conceptos:

1. Capacidad informativa. A través de la publicidad se indica la existencia de determinados productos, servicios o ideas y se comunican sus características y la forma de adquirirlos o adherirse a ellos.

2. Fuerza persuasiva. La publicidad contiene un fuerte ingrediente de intencionalidad, ya que trata de convencer al público de que compre nuestro producto, para lo cual se lo presentamos de la manera más atractiva posible. Una comunicación que careciera de este ingrediente y se limitará a poner en conocimiento del público la existencia de un producto no sería publicidad.

(Gonzalez & Prieto, 2009)

A partir de esto debemos tener en cuenta la información que se quiere difundir a través de la publicidad y la manera de atraer al público para generar interés en la sociedad teniendo en cuenta que la publicidad es uno de los factores principales de la generación de mecanismos de consumo, teniendo en cuenta que está ingresado de forma inconsciente a nuestra vida porque es posible que veamos publicidad en cualquier sitio por fuera de nuestro hogar o incluso en algunos medios de comunicación de los que hagamos uso común y diario.

La publicidad tiende a tener condicionantes a partir de toda su historia teniendo en cuenta que está tiene un concepto amplio y poco delimitado con usos históricos como la actividad de dar a conocer bienes servicios o ideas intentando persuadir al público para adquirir los primeros o generar un interés en las otras. Históricamente en el siglo XIX fue donde se dio el nacimiento de la mayor apertura de la actividad publicitaria cómo lo es hoy en la actualidad y sus causas

principales se derivaron a partir de la fabricación en masa de productos que por estas fechas se empezaron a generar de forma masiva gracias a los avances tecnológicos de la época, dando así a un mayor incremento de la demanda haciendo que los fabricantes empezarán a distribuir toda su mercancía a diferentes lugares y se dieran a conocer a través de medios de comunicación de la época.(Comunicar, 1995)

También se encontrar otros tipos de condicionantes como tener la idea y comunicar a gran escala a partir del uso de medios de comunicación masivos, la puesta en práctica de anuncios teniendo en cuenta los sistemas que se iban utilizar para transmitir los y ajustando los a estos realizando un analizando del valor de realizar este tipo de publicaciones y transmisiones en los medios, se lleva a cabo mediante una negociación.

Según González y Prieto (2009) debemos de tener en cuenta todos los mitos que se tienen en la sociedad sobre la publicidad teniendo en cuenta las opiniones de los usuarios y encontradas por Google uno de estos es la publicidad engaña debemos tener en cuenta que la primera actividad de la publicidad es atraer a la gente y generar una actividad de consumismo entre los usuarios hacia un producto servicio o idea a partir de esto debemos tener en cuenta que si existe este tipo de publicidad pero no todas así la publicidad engañosa en la mayoría de los casos puede ser denunciada por cualquier tipo de usuario que la vea y tenga pruebas de este acto sin embargo no por algunas publicaciones de este tipo debemos encasillar a toda la publicidad como engañosa, dentro de otras opiniones más importantes de los usuarios se encontró que la publicidad es un interruptor y una molestia para las personas en este caso debemos tener en cuenta que la mayoría de los usuarios que dieron esta opinión aseguraron que mientras realizaban actividades cómo

jugar ver redes sociales y navegar en internet fueron interrumpidos por anuncios de diferente tipo mientras intentaban realizar una actividad de esta forma confirman que la publicidad no debería ser tan invasivo al realizar actividades cotidianas ya que puede llegar a ser demasiado intensa insistente para el usuario generando insatisfacción al usar ciertos medio o al realizar ciertas actividades

También se encontró el comentario de que la publicidad generaba que la gente comprara objetos y productos innecesarios hay que tener en cuenta que la principal función de la publicidad es generar un estado de consumo entre los consumidores y usuarios por lo tanto se podría afirmar que las compras generadas son a partir de la visualización de algo de interés del cliente y de satisfacer una necesidad o deseo.

Ilustración Publicitaria

Se entiende como ilustración publicitaria la disciplina que utiliza técnicas de ilustración, el arte y el diseño con el fin de crear figuras o escenas susceptibles de mejorar o respaldar la imagen de una marca o producto.

La ilustración en el incentivo se utiliza por su talento unilateral y diferenciador. A través de esta técnica, los publicistas buscan a menudo apodar la ilusión por medio de la ilógico, presentando el artículo exterior de su contexto o sede esperado.

En cuanto a su historia, La ilustración y la propaganda han existido siempre irremediamente unidas, sin embargo es apresurado delimitar en qué momento comenzó el afecto. Las primeras

ilustraciones se pueden ver en manuscritos de la existencia Antigua.

La ilustración había existido siempre muy ligada al ámbito editorial, sean libros de texto, novelas, literatura infantil, etc, a pesar de con la proliferación del cartel publicitario y el proceso de nuevas técnicas de vestigio a finales del siglo XIX; la ilustración, la propaganda y la publicidad se unieron definitivamente. En cuanto a temática, fueron muy relevantes las dos Guerras Mundiales y la guerra civil Española. (Goliat, 2018)

El valor de la ilustración en el ámbito publicitario es tal, que muchas veces se redime como el protagonista del mensaje a transmitir.

En el ámbito de la publicidad, la ilustración tiene una gran importancia en el proceso de la emisión del mensaje y la persuasión del público objetivo hacia la adquisición de nuestro producto o servicio. La pieza gráfica expresada en la ilustración, tiene como objetivo destacar y llamar la atención sobre el artículo, informar su existencia y enfatizar sus características.

Un buen trabajo de ilustración puede darle a la marca un concepto único que llegue a convertirla en una verdadera institución en la mente de las masas. Todo un ejercicio de resonancias que requiere de mucha creatividad y particularidad.

Todos los años de historia de la publicidad, han permitido llegar a la claridad del valor de la ilustración publicitaria como medio de vinculación con el público. Desde que en 1704 surgiera el primer aviso publicitario y que Volney B. Palmer estableciera la primera agencia de publicidad en Estados Unidos en 1884, el concepto de cómo entrar al público ha sido la obsesión de las marcas en ese objetivo de continuo acercamiento, la ilustración o la gama de representaciones

gráficas de naturaleza publicitaria destinadas a presentar de manera creativa un producto, ostenta un rol muy influyente.

La ilustración publicitaria tiene una amplia área de trabajo, fortalecida por las técnicas y programas actuales de diagramación por computadora como Corel Draw, Illustrator, Photoshop y la diversidad de paquetes de software creados para el diseño y la animación 3D. Los recursos infinitos de Internet y actividades complementarias como la fotografía y la ilustración publicitaria han potenciado el dibujo trasladándolo a un campo artístico de mucho mayor alcance y ambición.

Ya sea en empaques, logotipos, afiches, displays, identificación de estantes para la ubicación de productos en el mercado, mascotas publicitarias, cómics corporativos, material P.O.P., animaciones, visualizaciones de servicios o artes conceptuales de productos, la ilustración es una poderosa arma de ventas que llega al consumidor de manera concisa y clara facilitando así su toma de decisión. Ningún arma publicitaria quedaría completa si es que la Ilustración no le diera el punto final, el brillo de distinción que la marca pretende.

Como bien expresa aquella máxima de “una imagen dice más que mil palabras”, la ilustración en publicidad tiene una gran importancia en tanto que busca sintetizar con el poder de la imagen, el mensaje que el anunciante quiere hacer llegar al público en su objetivo de persuadirlo acerca del consumo de un determinado producto o servicio(Infoguia, 2015)

Las Herramientas De Comunicación

Las herramientas son aquellos instrumentos que nos ayudan y se utilizan para facilitarnos un trabajo o tarea y desarrollarlo de manera acertada la comunicación no sirve para relacionarnos y

expresarnos en la sociedad está tiene algunos elementos básicos como lo son el emisor persona que transmite la información receptor es la persona que recibe la información mensaje es la idea que se transmite el medio es el elemento o herramienta que utilizamos para la comunicación y difusión del mensaje el canal es el medio de comunicación por el cual se transmite.(SCU EDU, s.f.)

Las herramientas de comunicación nos permiten obtener una difusión acertada del mensaje de forma masiva teniendo en cuenta que estos deben ser usados de manera correcta para permitirnos transmitir una información específica algunas de estas herramientas son el internet redes sociales televisión radio entre otras.

Teniendo en cuenta que las herramientas se clasifican en interna: es aquella herramienta esencial para la comunicación entre un equipo de trabajo obteniendo una transmisión de ideas de forma correcta y una buena comunicación para la realización adecuada de cualquier actividad utilizando los medios de comunicación dando como resultado una comunicación efectiva.

Por otro lado, está la terna quién va dirigida en especial hacia el cliente para brindarle información sobre el servicio idea o producto que queramos compartir haciendo que el cliente a través de la información que le brindemos genere un interés hacia el producto servicio o idea y lo adquiera. (SCU EDU, s.f.)

Resultados

Como resultados, la ilustración de forma individual ha sido muy importante desde sus inicios en Europa hasta el día de hoy, pues aparte de la intención de crear movimiento revolucionario y un

cambio de pensamiento en los pensadores de la época. La Ilustración reviste una clara importancia y significancia en lo que respecta a la difusión del conocimiento,. De este modo, se pudo lograr que cada vez una mayor parte de la población accediera al conocimiento que antes era entendido como un privilegio y que era utilizado por los sectores dominantes para ejercer poder y dominio. Todos estos elementos terminaron culminando en uno de los eventos más importantes de la historia, la Revolución Francesa que fue guiada por los sectores burgueses intelectuales con apoyo del campesinado y que significaría el definitivo camino hacia formas de poder político más abiertas y democráticas.

La ilustración y la publicidad han estado siempre irremediabilmente unidas, aunque es difícil precisar en qué momento comenzó el amor. Las primeras ilustraciones se pueden ver en manuscritos de la Edad Antigua.

La ilustración se emplea como técnica de creación de variedad de piezas graficas publicitarias, cuyo objetivo es transmitir mensajes que el texto no siempre puede.

La ilustración en la publicidad tiene una gran consideración, ya que busca esquematizar con el poder de la imagen, el mensaje que el anunciante quiere hacer llegar al público objetivo con su meta de persuadirlo acerca del consumo de un algún artículo o servicio.

Conclusiones

Para concluir, este artículo abordó varios temas derivados del propósito de la investigación, planteando conceptos desde lo general, hasta lo particular, realizando estudios de los términos que desglosan el concepto clave. Este artículo puede servir como referencia para investigaciones

futuras del campo que nosotros abordamos y puede ampliarse a través de la indagación de conceptos que completan o complementan lo ya abordado en el artículo, como más opiniones de autores, tesis ya realizadas de nuestro mismo tema que puedan aludir en una ampliación de la investigación.

Al analizar las diferentes investigaciones sobre conceptos planteados y buscar una relación entre ellas para la Ilustración publicitaria nos damos de cuenta que está depende de varios factores como lo son los medios de comunicación el diseño y la creatividad además de tener claro el mensaje que se quiere dar al público teniendo en cuenta la publicidad se basa en la creación de un estado de consumismo entre los clientes.

A partir de esto podemos deducir que una de las principales características de la Ilustración publicitaria va hacer el mensaje que se quiere comunicar y que este esté enlazado con la Ilustración creada llegando de manera certera al público objetivo y generando mayor interés en el producto servicio o idea de la cual estamos hablando

Referencias

Bembibre, C. (10 de 12 de 2014). *Importancia de la ilustracion*. Obtenido de Importancia, una guía de ayuda: <https://www.importancia.org/?s=Ilustraci%C3%B3n>

Elcastillodekafka. (30 de 03 de 2013). *Ilustración y Neoclasicismo*. Obtenido de El castillo de Kafka: Blog de educacion literario:

<https://elcastillodekafka.wordpress.com/2016/03/30/ilustracion-y-neoclasicismo/>

Godoy, O. (27 de 08 de 2001). *Liberalismo, Ilustración y dignidad del hombre*. Obtenido de CEP:

<https://www.cepchile.cl/cep/estudios-publicos/n-31-a-la-60/estudios-publicos-n-45/liberalismo-ilustracion-y-dignidad-del-hombre>

Goliat. (24 de 05 de 2018). *Ilustración publicitaria. Diario de a bordo*. Obtenido de Goliat:

<https://www.grupogoliat.com/ilustracion-publicitaria/>

Imaginario, A. (24 de 05 de 2019). *Significado del Neoclasicismo*. Recuperado el 11 de 11 de 2021, de Significados: <https://www.significados.com/neoclasicismo/>

Infoguia. (17 de 11 de 2015). *Importancia de la ilustracion en la publicidad*. Recuperado el 11 de 11 de 2021, de Infoguia:

<https://infoguia.com/infotip.asp?t=ilustracion-en-la-publicidad-y-su-importancia&a=715>

Peimbert, A. (30 de 04 de 2010). *ilustración y liberalismo*. Obtenido de [Diapositiva de PowerPoint].slideshare:

<https://es.slideshare.net/apeimbert/el-movimiento-de-ilustracin-y-el-neoclsico>

Trill, C. (17 de 09 de 2013). *Importancia del Neoclacisismo*. Obtenido de Importancia, una guia de ayuda: <https://www.importancia.org/neoclasicismo.php>

Comunicar. (1995). Análisis de los mensajes. *Comunicar*, 7-14.

Gonzalez, A., & Prieto, D. (2009). *Manual de publicidad*. Madrid: ESIC.

SCU EDU. (s.f.). <https://www.scu.edu/>. Obtenido de <https://www.scu.edu/>:

<https://www.scu.edu/mobiespanol/cursos/iniciar-un-negocio/8-herramientas-de-comunicacion/>

ANEXOS

- Para añadir y complementar el artículo de investigación que realizamos, a lo largo del semestre y como entregables de distintas materias, realizamos una página web de nosotros como agencia de diseño gráfico y una página web que brinda servicios de ilustración publicitaria:
- Adjunto links:
- Piezas ilustradas publicitarias para el sitio web del cliente: