

# PROCESOS DE COMUNICACIÓN

LA PUBLICIDAD

EL DISEÑO  
EN LA PUBLICIDAD

## POR SI NO LO SABÍAS...

Tan importante como la publicidad que ves en revistas o en la televisión es el diseño de los envases en que se venden los productos. Éstos deben ser atractivos y destacar las cualidades del producto, igual que el anuncio. Para ello, los diseñadores tienen mucho cuidado al elegir el nombre del producto, el tipo de letra, el color o colores predominantes, etc.

Pero vayamos por partes. Por ejemplo, imagínate que vamos a diseñar la caja de un frasco de colonia, dirigido a chicos o chicas como tú. Es decir, una colonia que TÚ comprarías. En consecuencia, habrá que ir tomando decisiones sobre:

### 1. EL NOMBRE DEL PRODUCTO

Si te has fijado, muchas colonias se llaman EAU (a veces Ô), AQUA, que significan *agua [de colonia]* en francés e italiano, respectivamente. Esto se hace por el prestigio de los perfumistas franceses e italianos. Así, aunque la colonia sea *made in Spain*, este tipo de nombres vende bien.

### 2. EL COLOR DEL ENVASE

No es nunca una elección casual. ¿Tienen los mismos colores las cajas de colonias de chicos y las de chicas? ¿qué colores predominan en unas y en otras? Es evidente que a una colonia masculina no le pega mucho que la caja sea de color rosa, ¿no crees? Por lo general, los envases de colonias para hombre son más sobrios y con menos colorido. Los colores suelen ser más serios, más oscuros. Incluso se utilizan mucho el negro y el marrón.

Además, los colores tienen determinados valores simbólicos, que aprovechan los diseñadores. El azul es un color frío, que expresa muy bien la idea de *refrescante*, al contrario que los colores cálidos como el amarillo y el rojo, poco adecuados para dar sensación de frescor; el verde suele expresar la idea de *natural*, también asociada al *frescor*. El blanco y el negro, que suelen combinarse, resultan muy elegantes. El color dorado, por su parte, da sensación de lujo y sofisticación. Los colores pastel, rosa, azul claro, etc. son muy femeninos y es difícil encontrarlos en productos para hombres.

### 3. EL TIPO DE LETRA ELEGIDO

Tiene casi tanta importancia como las anteriores elecciones. Imagínate una colonia infantil que se llame CAMELO. Observa la diferencia entre CAMELO y **CAMELO**. ¿No te parece más apropiada la primera que la segunda?

### 4. UNA IMAGEN

Aunque no siempre aparece en el envase, muchas veces encontramos un dibujo sencillo que refuerza los anteriores mensajes: un palo de golf, un ancla, una mariposa, un cisne, una rosa... Todo ello va en función de la cualidad que se quiera destacar, es decir, si es una colonia *alegre, divertida, refrescante, irresistible, sofisticada, elegante, desenfadada, juvenil, deportiva, atrevida...*

NOMBRE Y APELLIDOS:

GRUPO:

## ¡AHORA TE TOCA A TÍ!

Debes, en primer lugar, hacer un estudio de diseños como el que vamos a realizar después. Para ello, vete a un comercio, con un boli y un cuaderno y toma nota de lo que ves. Luego deberás rellenar el siguiente cuadro:

| COLONIAS FEMENINAS |       |        |          | COLONIAS MASCULINAS |       |        |          |
|--------------------|-------|--------|----------|---------------------|-------|--------|----------|
| NOMBRE             | COLOR | IMAGEN | CUALIDAD | NOMBRE              | COLOR | IMAGEN | CUALIDAD |
|                    |       |        |          |                     |       |        |          |
|                    |       |        |          |                     |       |        |          |
|                    |       |        |          |                     |       |        |          |
|                    |       |        |          |                     |       |        |          |

Ahora vas a diseñar la caja de una colonia que, como te decíamos, iría dirigida a consumidores como tú. Piensa primero en qué cualidad te gustaría que tuviera esa colonia, y elige en consecuencia el nombre, el color o colores que vas a utilizar y la imagen (obligatoria) que vas a asociar a todo ello. Después dibuja el resultado final en el rectángulo inferior, cuidando al máximo la presentación. (Una curiosidad: ¿Te has fijado en que los envases, normalmente, son más grandes que los frascos que contienen? ¿Por qué crees que será? ¿Lo has observado en otros productos?)

