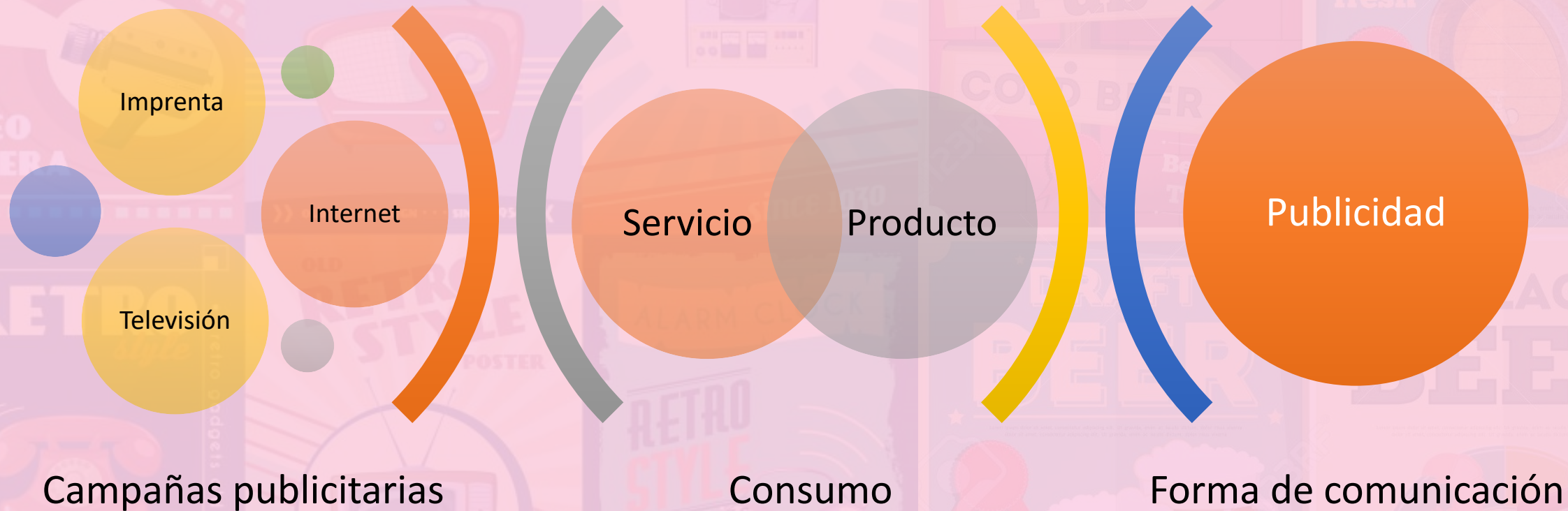


Publicidad

Carteles publicitarios

Guía 8

2º medio





Objetivo: desarrollar un mensaje
adecuado para un público
específico (target)

Atención

Interés

Deseo

Acción

Cartel Publicitario



Elementos de un cartel

Texto

Información escrita, ya sea en letras tipográficas o a mano

Gráficos

Imágenes, fotografías y otros elementos visuales que acompañan al mensaje (o a veces son el mensaje)

Partes de un cartel

Encabezado. Donde va el título del cartel, su enunciación principal, sus letras más grandes y llamativas, aunque suele ser breve en cantidad de palabras.

Cuerpo. El “medio” del cartel, de haberlo, en donde se condensa el grueso de la información y suele haber imágenes alusivas.

Pie. La “salida” o cierre del cartel, por lo general de menor tamaño y relevancia, donde se incluyen detalles accesorios: la firma de los convocantes, condiciones secundarias, direcciones, datos de contacto, etc.

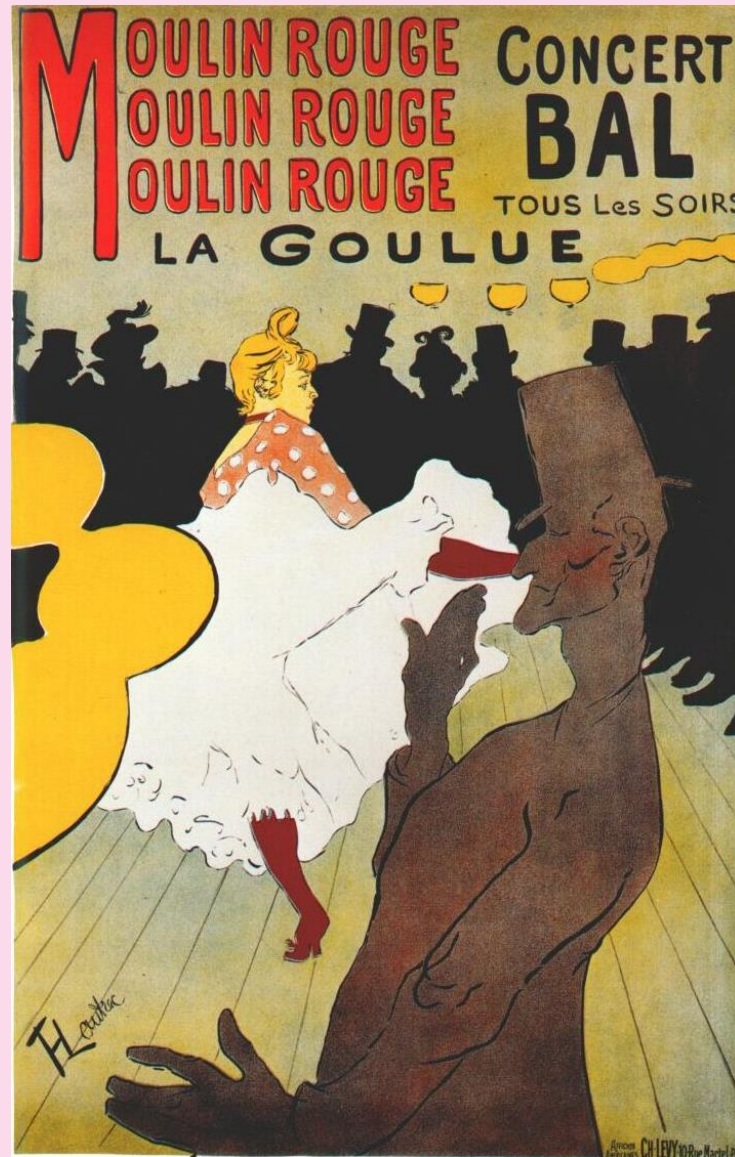


Referencias visuales





Jules Chéret



Henri de Toulouse-Lautrec



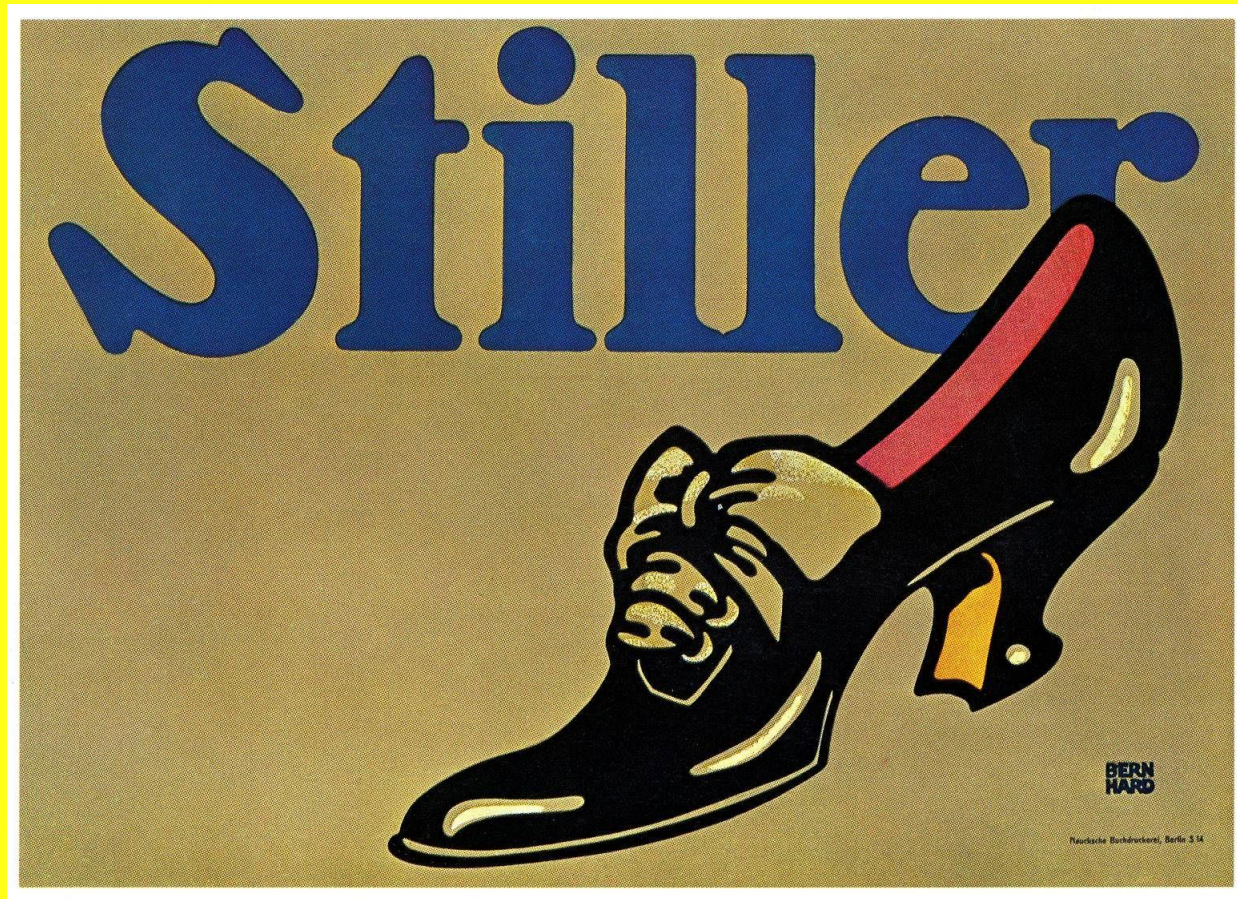
Alfons Mucha



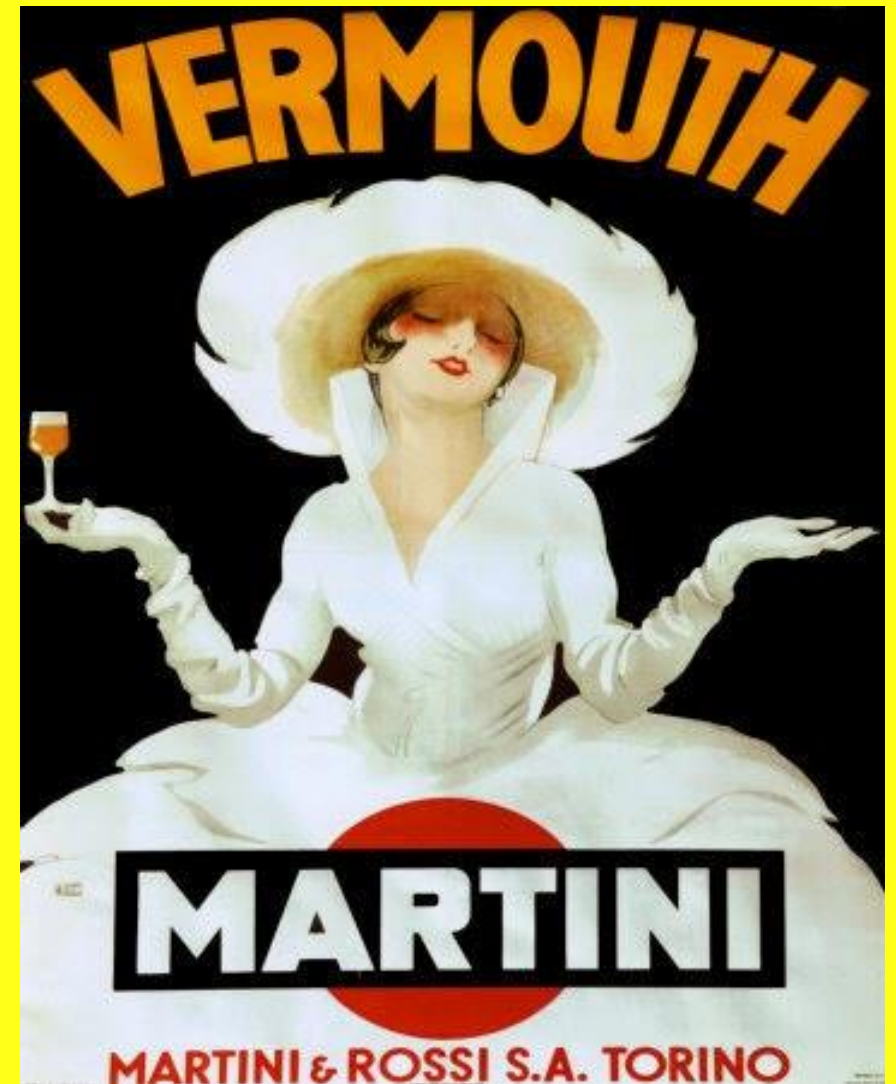
James Montgomery Flagg



J. Howard Miller



Lucian Bernhard



Marcello Dudovich

