**Los carteles publicitarios en la actualidad**

Podemos definir a los carteles como **medios gráficos de comunicación**, porque al fin y al cabo su misión es comunicar algo: una publicidad, un mensaje, una ideología política, etc. En alguna ocasión nos vimos en la necesidad de comunicarnos a través de carteles o posters; hoy en día, la comunicación a través de carteles se ha tornado una de las modalidades más estudiadas y explicadas en Congresos, seminarios y cursos.

|  |
| --- |
| cartel publicitario antiguo *carteles publicitariosantiguos* |

**Los buenos carteles poseen un gran atractivo visual y fuerza emotiva,**y es por esto que lo vuelven uno de los medios de comunicación de mensajes más eficaces: esta comunicación puede establecerse con personas, instituciones, familias, etc. Los carteles son empleados en la política, el comercio, la educación, la industria, la salud, etc; y como es un medio eficaz de comunicación, debemos planearlo, realizarlo y saber difundirlo.

Los carteles **se definen como materiales gráficos capaces de transmitir un mensaje**, se encuentra integrado en una unidad estética compuesta por imágenes que tienen un gran impacto en el individuo y por breves textos. Muchos estudios han definido a los carteles como "un grito en la pared", que capta nuestra atención y nos obliga, de alguna manera, a percibir el mensaje. También puede definirse como un susurro que tiene como objetivo penetrar la conciencia del individuo e inducirlo a adoptar la conducta sugerida por dicho cartel.

|  |
| --- |
| En conclusión, definimos a los carteles como materiales gráficos, cuyas funciones son enviar distintos mensajes al espectador con el propósito de que sea captado por éste, lo recuerde, y luego actúe en forma concordante a los que fue sugerido. |

**Tipos de carteles y características**

|  |
| --- |
| *cartel publicitario en hotel*  *diseño de cartel publicitario en hosteleria* |

Existen en el mercado dos**tipos de carteles, los tipos informativos y los formativos**. los primeros fueron planeados para comunicar eventos, cursos, reuniones, conferencias espectáculos, etc. Este tipo de carteles puede ser dado a conocer sólo en formato de texto por lo cual se recomienda emplear letras grandes sobre un fondo de color que contraste. Los textos de dicho cartel deben darle al espectador sólo la información de carácter indispensable.

Estos carteles también pueden presentarse acompañados de imágenes, las mismas pueden estar hechas a base de tipografías de sujetos, formas u objetos y suelen acompañar textos cortos. Por otro lado los carteles formativos se utilizan para proporcionar el establecimiento de hábitos tales como salud, higiene, limpieza, orden seguridad, etc. También pueden ser utilizados para fomentar actitudes de confianza, esfuerzo, actividad, conciencia, etc. **En los carteles formativos las imágenes poseen una gran preponderancia sobre el texto,** el mensaje se expresa gráficamente en forma concisa y clara en donde el texto tiene un escaso margen de aparición, la función del mismo es darle énfasis a la imagen que estamos percibiendo.

|  |
| --- |
| El mensaje que aparece en los carteles **debe ser de tipo global,**cada elemento debe integrarse armónicamente ydar a luz a una unidad estética de alto impacto, para poder facilitar el manejo y aprendizaje de estos elementos tendremos que dividirlos en dos: **elementos físicos y psicológicos.** |

Los primeros son aquellos que se relacionan con el tratamiento estético o arreglo y el atractivo visual, mientras que los elementos psicológicos, son los que estimulan al receptor para que se oriente a lo que el mensaje pretende, la intención aquí es impactar en el individuo para que el mensaje perdure.

|  |
| --- |
| cartel publicitario andamio  *carteles publicitarios para andamios* |

**¿Que caracteristicas debe poseer un cartel para ser de calidad?**

**Los carteles que llaman la atención son aquellos que poseen calidad,** la misma se relaciona con la buena terminación de la imagen, el adecuado color del fondo, la buena distribución de los elementos, etc.

**La imagen debe ser una síntesis capaz de resumir la idea de forma adecuada en una mínima expresión física, siendo siempre clara y significativa**, no se recomienda utilizar imágenes exageradas ya que podría perderse el objetivo de lo que realmente se quiere transmitir y la idea podría, a la ve, tornarse confusa.

Antes de promocionar o difundir un mensaje utilizando un tipo de imagen, se realiza un estudio de mercado que va a indicar cuáles con los contrastes, dibujos y fondos que tienen un mayor impacto en el público al que lo vamos a dirigir: niños, adolescentes, gente mayor, etc., por ejemplo, para promocionar un producto de belleza, los carteles más efectivos son los que poseen fondo blanco o colores claros ya que se relacionan más con lo femenino y lo suave.