

Repensar la publicidad del siglo XX desde una perspectiva sociohistórica

C. Tomba, N. E. Ferreyra y C. Muñoz

Recursos humanos en formación: A. Allisiardi

Universidad Juan Agustín Maza, Mendoza
carolinatomba@gmail.com

Introducción

Desde los primeros escritos que marcaban el fin de la prehistoria hasta los mensajes de texto que hoy enviamos por celular, llevan en su esencia parte de nuestra cultura y la forma en que percibimos y comprendemos el mundo. En las piezas publicitarias esto se evidencia de forma concentrada, ya que nuestra vida está intermediada por productos y servicios. La publicidad es una expresión social que influye en la construcción de la realidad y refleja la cosmovisión de una sociedad en un tiempo y un espacio determinados.

Objetivo

Desarrollar un análisis histórico-publicitario que permita comprender en profundidad la influencia de los diferentes contextos sociales en la publicidad gráfica argentina a lo largo del siglo XX.

Metodología

Exploratoria-descriptiva. Muestra: 100 publicidades, una pieza por año. Análisis desde la construcción comunicacional-creativa y su correlación con el contexto sociohistórico.

Resultados

Matriz de análisis: Elementos formales: año, fuente, rubro o categoría; anunciante de la pieza publicitaria, lo que nos permitirá, en caso de que se repita, analizar la evolución en la comunicación.

Análisis de contexto: variables económicas, de consumo, sociales y culturales.

Análisis de contenido: composición gráfica y estética de la pieza (diseño, técnicas, colores, tipografía, recursos y demás) y el mensaje en su esfera lingüística.

Conclusiones

Elementos formales

Año: 1909

Fuente: <http://www.historiadelpais.com.ar/fotos.php?decada=1900>

Rubro: medicamentos-farmacia.

Anunciante: O. Monaco & Cía.

Análisis de contexto:

Década de desarrollo económico, de crecimiento industrial y comercial, y de engrandecimiento del Estado. Argentina, por su estrecha vinculación con el mercado internacional como productora de materias primas, gozaba de cierta

bonanza económica que se evidenciaba en las provincias vinculadas a la importación y la exportación (Buenos Aires y Santa Fe). Esto

motivó la inmigración de millones de personas desde Europa. La consecuencia fue el surgimiento de un mercado más masivo y una explosión de productos novedosos. Se estaba en un momento de auge de la ciencia y la tecnología, que introduce en la sociedad modificaciones desde el punto de vista del transporte, las comunicaciones, la medicina y la vida cotidiana.



Análisis de contenido:

Técnica de ilustración a mano. Se hace particular hincapié en la garra, dándole preponderancia y mostrándola con formas afiladas que acentúan las connotaciones de peligrosidad y amenaza. Una mujer desesperada es tomada por la garra, recordándonos escenas cinematográficas al estilo King Kong que refuerzan el impacto visual. El texto, separado por una línea negra cuya función es dividir imagen y palabra, utiliza una metáfora que refuerza la imagen. El uso selectivo de la tipografía destaca las enfermedades apelando al estilo publicitario problema-solución. Esta publicidad es un claro exponente de las nuevas enfermedades de las ciudades. El acelerado ritmo de vida que trajo la urbanización demandó mayor energía y resistencia a las largas jornadas laborales, además del estrés y la ansiedad que generaban la aparición de nuevas concepciones filosóficas, como "el tiempo es dinero", vinculadas al crecimiento de la economía mundial, al avance de las comunicaciones y al desarrollo del sistema financiero. Frente a esto, laboratorios y farmacias vieron la oportunidad de ofrecer productos que aumentaban el rendimiento físico y mental, requisitos fundamentales para sobrevivir en el mercado laboral y en la sociedad moderna.