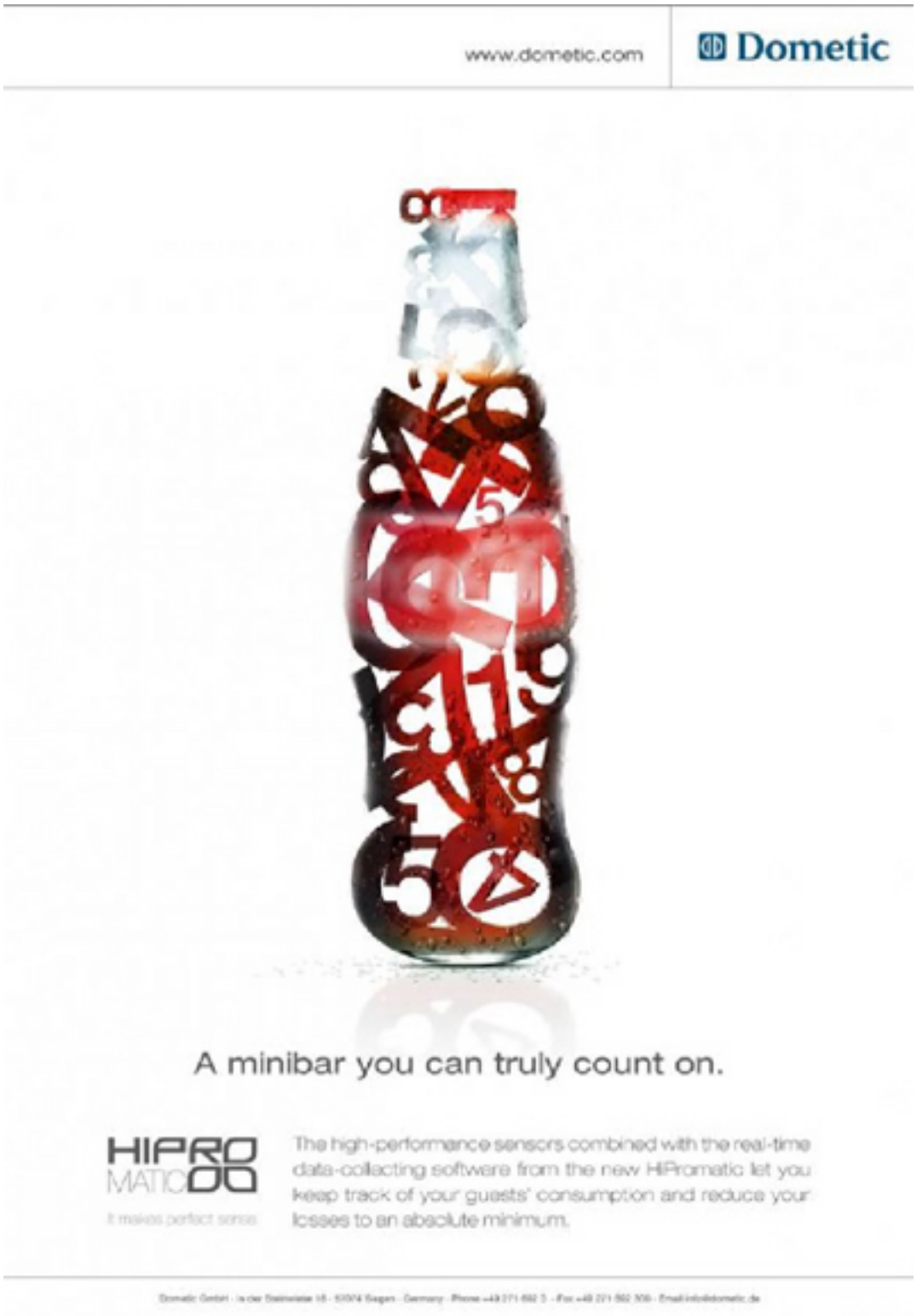
Escrito por Raúl Ibáñez Torres (Universidad del País Vasco)
Lunes 22 de Julio de 2013 17:00

Tanto en el arte como en la publicidad existen ejemplos de obras en las que se utilizan los números para representar o bien la forma de ciertos objetos, como es el caso de los anuncios publicitarios que vamos a ver en este artículo, o incluso toda la escena que aparece en la imagen, como en las obras de Tobia Ravá de las que hablamos en la entrega de febrero de 2011 de esta sección, aquí .

El primero de los ejemplos que traemos da lugar al título de este artículo, ya que siendo verano no viene nada mal poder disfrutar de una publicidad que nos representa la imagen de refrescantes bebidas. Los tres carteles que mostramos son parte de una campaña publicitaria en la que la empresa Dometic, dedicada a la fabricación de “minibares para hoteles”, quiere transmitir a sus futuros compradores (de la industria hotelera) que disponen de un nuevo producto, un minibar de hotel, en el que ellos pueden confiar, en el sentido de que les permitirá tener un control sobre lo que toman los clientes de su hotel y que no se marchen sin pagar, evitando las correspondientes perdidas.

¿Cómo intentan transmitir esta idea? Para empezar, en cada uno de los carteles vemos una botella cuya imagen está formada por números, los cuales al ser coloreados convenientemente forman la imagen atractiva y sugerente de la bebida. Están muy bien resueltos desde el punto de vista estético. De hecho, no creo que sea difícil al lector o lectora de este artículo averiguar algunas, o todas, las marcas de las bebidas a las que se hace referencia en los carteles. Pero, ¿por qué los números? El lema de la campaña es “*A minibar you can truly count on*” (es decir, un minibar con el que, de verdad, se puede contar, en el sentido de que se puede confiar en él), realizando un juego de palabras y visual con el significado de la palabra “contar”. Aquí tenéis los tres carteles…




www.dometic.com
Dometic
A minibar you can truly count on.
HIPRO MATIC
It makes perfect sense.
The high-performance sensors combined with the real-time data-collecting software from the new HiPromatic let you keep track of your guests' consumption and reduce your losses to an absolute minimum.

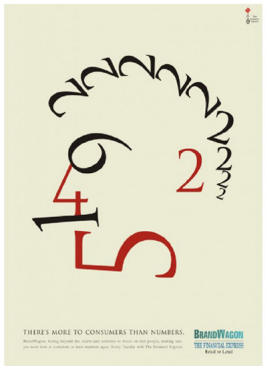

www.dometic.com
Dometic
A minibar you can truly count on.
HIPRO MATIC
The high-performance sensors combined with the real-time data-collecting software from the new HIPromatic let you keep track of your guests' consumption and reduce your losses to an absolute minimum.


DON'T BE SCARED OF AN UNKNOWN NUMBER.
16400


DON'T BE SCARED OF AN UNKNOWN NUMBER.
16400


THERE'S MORE TO CONSUMERS THAN NUMBERS.
BRANDWAGON
THE FINANCIAL EXPRESS


THERE'S MORE TO CONSUMERS THAN NUMBERS.
BRANDWAGON
THE FINANCIAL EXPRESS


THERE'S MORE TO CONSUMERS THAN NUMBERS.
BRANDWAGON
THE FINANCIAL EXPRESS


THERE'S MORE TO CONSUMERS THAN NUMBERS.
BRANDWAGON
THE FINANCIAL EXPRESS