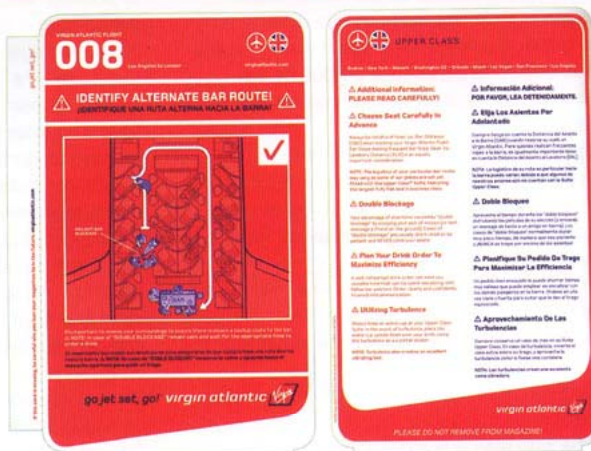
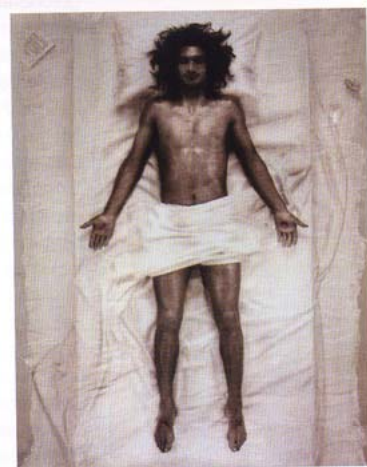


EN LA INTRODUCCIÓN DEL TOMO DE LOS AÑOS 70 DE LA ENCICLOPEDIA *ALL AMERICAN ADS*, EDITADA TAMBIÉN POR TASCHEN, SE SEÑALA LA DAÑINA REPERCUSIÓN QUE TUVO LA CONSOLIDACIÓN DE LA TELEVISIÓN SOBRE EL ARTE PUBLICITARIO DE TODA LA VIDA, EL DE LOS ANUNCIOS EN PERIÓDICOS, EN REVISTAS Y EN LAS VALLAS DE LA CALLE. CASI CUARENTA AÑOS DESPUÉS, CON *POP-UPS* PERSONALIZADOS ABRIÉNDOSE A NUESTRO PASO EN INTERNET, CON VIDEOS Y MENSAJES MULTIMEDIA LLEGANDO A TODO COLOR A NUESTROS TELÉFONOS MÓVILES, CON LA TELE DIGITAL Y LAS MIL Y UNA TEORÍAS DE LA CONSPIRACIÓN APLICADAS AL NEGOCIO DE LA CAPTACIÓN DE AUDIENCIAS, PARECEN TIEMPOS DIFÍCILES PARA LA GRÁFICA. O NO. ¿O ES QUE OLVIDARON QUE AHORA EXISTE EL PHOTOSHOP? por Javier González

adpocalypse now!



AGENCIA Crispin Porter + Bogusky CLIENTE Virgin Atlantic Airways



AGENCIA TBWA\Paris CLIENTE Sony Playstation

TASCHEN NOW

Volumen tras volumen, la editorial alemana viene reivindicando las distintas manifestaciones de la cultura popular con extensos tomos, tan exhaustivos como imprescindibles. Tras completas antologías sobre la publicidad americana del siglo XX, los fotógrafos e ilustradores del género *pin-up* o la enciclopedia definitiva sobre las revistas para hombres, la editorial germana nos sorprende con sus reflexiones sobre la actualidad de los diferentes campos de producción creativa. Con la coiletila *now*, los distintos editores de Taschen vienen aportando su aguda visión a la

recopilación de los perfiles y la obra de los mejores animadores, ilustradores o diseñadores gráficos recientes. El extenso, y subiendo, catálogo de Taschen es, a mayor gloria del maravilloso mundo de la cultura pop, un punto de encuentro creativo donde aprender y disfrutar de los mejores ejemplos de la comunicación visual de los últimos cien años. Desde *layouts* publicitarios hechos arte, al hiperrealismo pop de Gil Elvgren, pasando por las mejores portadas de Playboy, y ahora, la obra de los creativos de las antologías del mañana.

LA PUBLICIDAD... HOY

Editor, entre otros, de *Illustration now!*, el brasileño Julius Wiedemann nos tiene acostumbrados a magníficas recopilaciones de ejemplos de las últimas tecnologías digitales al servicio de la creatividad. Y este reciente *Advertising now* es buena prueba de ello, una selección de las mejores piezas salidas de las mentes de los mejores creativos. Aquellas capaces de capturar la preciada atención de la audiencia con poco más que una buena idea. Como en los grandes

festivales de publicidad, las piezas, provenientes de agencias de cerca de 40 países, se organizan en temas tan manidos como alimentación, coches, tecnología o medios de comunicación y vienen acompañadas por información siempre útil: datos de contacto y la verdadera medida de una agencia, su nómina de clientes. Acompañados por sus siempre interesantes ensayos sobre la situación del mercado de la creatividad, la obra se presenta esencial para estudiantes de publicidad, profesionales del medio y los directores de cualquier empresa con aspiraciones a publicitarse en la vorágine del libre mercado.