

LA PUBLICIDAD EN LAS CALLES



En todas las épocas, los rótulos y enseñas comerciales han tenido una gran importancia en la estética urbana; pero en la actualidad, cuando el mundo entero sigue las eficientes normas publicitarias que los norteamericanos han impuesto en la propaganda de sus mercancías, este aspecto publicitario callejero es uno de los que con más cuidado deben ser tratados por aquellos a quienes está encomendado el decoro y atención de las ciudades.

Hace algunos años, en plena boga del cartel publicitario, mejor cuanto más grande y de más chillones colores, se decía que "el cartel debía ser un grito en la calle". Pero como había mucho que anunciar, y el resultado era un exceso de gritos, el pintor Hipólito Hidalgo de Caviedes rectificaba, diciendo que "el cartel debía ser un silencio en la calle".

Si los comerciantes e industriales animan a los artistas para que su publicidad sea destacada "la que más", como han animado a los arquitectos con el torreón de sus casas, resulta, por ejemplo, la Gran Vía madrileña.

A la calle hay que llevar decorosa y dignamente la publicidad. No tiene nadie derecho a ofender a sus conciudadanos con muestras, carteles, escaparates de mal gusto o tonta y excesivamente llamativos.

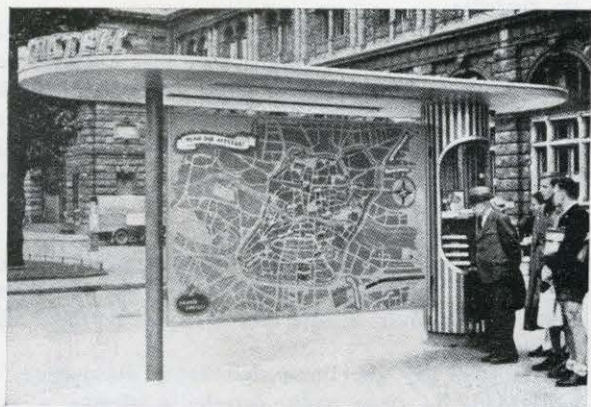
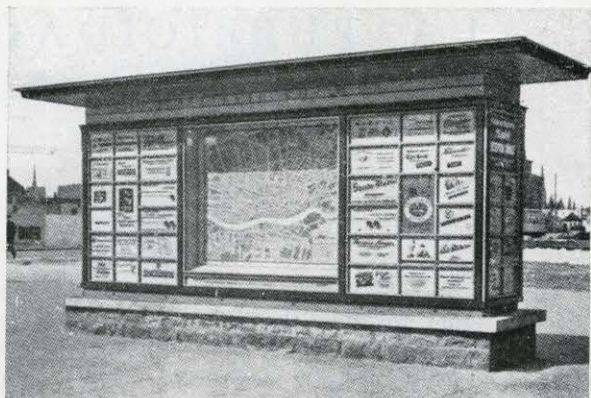
Contra estos abusos no existen, ni pueden existir, ordenanzas municipales. Es materia encomendada al buen sentido y al gusto estético de las gentes todas que viven en la ciudad: cuestión de educación.

Los alemanes, tan cuidadosos del detalle, han editado un libro (1) que trata con amplitud, interés y ejemplaridad, este tema que comentamos. El cine, las publicaciones, la radio, pueden ayudar muy eficazmente a formar esta conciencia estética urbana.



(1) *Aussen-Werbung*, Leopold Nettelhorst. 1952. Editorial Georg D. W. Calwey. Munich. 217 páginas con numerosos grabados.





Presentación de planos de la ciudad en las calles alemanas. De manifiesta utilidad para el que la visita por vez primera, para quien la conoce, para aquellos que la habitan. Utilizable de día y de noche.

Anuncios en las vallas. La gracia del dibujo llama mejor la atención de la gente que la estridencia. En Madrid consiguen este efecto los anuncios del gran dibujante Herreros. La dificultad debe de estar en que un buen dibujante cobra más que uno malo; pero quizá sea más eficaz—comercialmente hablando—decir bien una cosa dos veces al año que no repetirla todos los días de un modo espantoso.

