

# ancora

SAN FELIU DE GUIXOLS - 19 JUNIO 1958  
NÚM. 538 AÑO XI

## MODALIDADES PUBLICITARIAS



El arte de anunciar está hoy extendido a todos los órdenes de la vida. Desde el modesto anuncio de solo dos líneas en la sección económica de un diario, ofreciendo o solicitando empleo, hasta el lujoso cartel a todo color y de grandes dimensiones, difundido en todos los órganos de la prensa en sus páginas preferentes, hay toda una gama de variedades y estilos, ingeniosos y sugestivos todos, tendentes a cautivar la atención del lector e inculcarle la conveniencia de utilizar los servicios de tal o cual empresa de usar tal o cual producto, o de inscribirse en esta o aquella sociedad que le ofrece su protección en cuantos infortunios se le puedan presentar en el curso de sus negocios o en su propia vida familiar o privada.

Es tanto el auge a que ha llegado en la actualidad esta faceta del arte aplicado que constituye una verdadera profesión tecnológica, con sus diferentes ramas y especialidades, y ya son numerosas las obras bibliográficas publicadas a este fin, e igualmente, muchas las escuelas esparcidas por el mundo, destinadas a la enseñanza de esta moderna asignatura.

Aun el simple ciudadano medio, que no está afectado directamente en sus actividades por el engranaje de la organización publicitaria, se da cuenta de la influencia que sobre él ejerce el atractivo multiforme de los anuncios, que le asedian a todas horas y en todas partes, en la calle, en los periódicos, en las salas de espectáculos, e incluso en su propia casa mediante el aparato receptor de radio. Aunque no quiera, se le mete la propaganda por los ojos, por los oídos, incluso por el olfato, como sucede con ciertas tarjetas-anuncio impregnadas de perfume.

Es decir que vivimos inmersos en el mar de la publicidad, y no podemos sustraernos a ella por más que queramos eludirla. Actitud ésta que, además de resultar poco menos que imposible, sería absurdo adoptara el hombre de hoy, ya que alguna que otra vez tendrá el mismo necesidad de recurrir a ella para sus propios fines.

Ahora bien, por esta su misma universalidad, por esta obligatoriedad de admitirla a que estamos sujetos todos sin distinción, debe la publicidad respetar nuestros elementales derechos nuestra sensibilidad, y deberá presentarse siempre con ropaje — literario, plástico o acústico — acorde con los cánones a que obligan la cortesía y el buen gusto.

No es justo que nos acucie con frases exigentes, que utilice ardidés de bajo nivel o que para enaltecer la calidad de una mercancía, por ejemplo, desprestigie la de otra similar; y sobre todo, que recurra a exageradas falsedades, atribuyendo supremas excelencias a ciertos productos que carecen en absoluto de ellas, engañando así impunemente a sus presuntos compradores.

La publicidad ha de tener, y tiene, su moral. Así lo entienden y practican los especialistas responsables de este arte, y así se lo merece el público al cual va dirigida.

Por fortuna son pocos ya los anuncios que se publican faltando a esas premisas, y es cada día mayor el refinamiento y la elegancia con que se hace la propaganda en general.

Precisamente hemos notado recientemente una nueva modalidad en la presentación de ciertos anuncios comerciales. Se trata de llamar la atención del público mediante gráficos de sumo interés — láminas de arte, citas históricas, consejos etc. — que nada tienen que ver directamente con el artículo que se anuncia, pero que obligan gustosamente a echarles una ojeada, a la par que demuestran el delicado tacto de quienes los han proyectado. Algunos de ellos son

Sintonia

### Orgullo ciudadano

*A una pareja guixolense de albañilería, Francisco Bagudanch y Diego Fernández, les ha correspondido la representación de nuestra provincia en el Concurso Nacional de Albañiles que se celebra o ya se ha celebrado en Madrid en estas fechas. Primero, representaron a nuestra ciudad en la capital gerundense.*

*Por este orgullo ciudadano es por lo que encuadramos en esta Sintonía tal noticia, como testimonio de admiración hacia estos dos profesionales que han porfiado, en noble lid, hasta llevar a la capital de la Nación el nombre de San Felíu.*

*No sabemos en el momento de redactar estas líneas, cual habrá sido el fallo para nuestros representantes. Pero sea el que fuere, ya podemos darnos por muy satisfechos los guixolenses, de haber podido ostentar el nombre de la ciudad en la capital de España. Y no precisamente en esta cuestión tan traída y llevada del Turismo, sino por esta otra tan digna como es la de la capacidad profesional en el trabajo ejemplar de cada uno.*

*Y este exponente de orgullo ciudadano se lo debemos a estos dos ciudadanos llamados Bagudanch y Fernández*

verdaderamente ejemplares por su originalidad y por la refinada deferencia que demuestran hacia los lectores. Contrastan ostensiblemente con aquellos otros, cada día más escasos, por cierto, que parecen tratar a los presuntos clientes como si fueran subditos de inferior condición.

El arte de anunciar se ha puesto a tono con el perfeccionamiento técnico de la época. Emplea procedimientos persuasivos de singular belleza y elevado estilo. Trata al público con señorío y le sirve la «mercancía» con exquisita elegancia. Tanto es así, que repasar las páginas de anuncios de las más importantes revistas es un placer estético comparable al de contemplar una galería de obras de arte, hechas las debidas discriminaciones.

Por eso resulta cada vez más anacrónico anunciar según los moldes antiguos, y es de desear que los pocos que aun los emplean se den cuenta que los tiempos han cambiado y que el público no comulga ya con ruedas de molino.

Xavier.

La próxima semana no  
habrá edición de ANCORA

por coincidir los días de su composición con la Fiesta Mayor de la localidad de los Talleres Gráficos.