

Una rosa para vender

Eso que llaman publicidad



Espejito, espejito

Ponen al bruja de Blanca Nieves lo usó... "Espejito, espejito, dime quién es la mujer más bella del mundo". Claro que esto fue, simplemente, una vitrina del Fabricato, en el Medellín de mediados del siglo. Foto Francisco Mejía. Centro de Memoria Visual-FAES.

Por Margaritales Restrepo Santa María

Tres timbrazos a las 11 de la mañana de un sábado? Luz salió a abrir la puerta. Allí estaba Julián, un joven y tímido mensajero, de rosa roja en mano... ¡Y tarjeta adjunta, claro!

"Para la señorita Luz... Que aquí le mandan... Que es grande el gusto... Que es un obsequio..."

"¿Una rosa para mí?... Luz da los agradecimientos. Despide al joven y acerca la flor al pecho... "¡Ahhhhh!... ¿Qué principio encantado querrá echarme el cuento?"

"Señorita Luz... Al tiempo que le deseamos bienestar, a usted y a su familia, la invitamos a que se acerque a conocer nuestros productos en nuestro almacén de la calle Junín". Es una rosa de Manufacturas Vanidad. Una discreta forma de atraer compradoras de ropa interior. Porque de tantas interioridades, en 1953... ¡Ni hablar!

Hoy le toca rosa a las Uribe, de la calle Venezuela. El martes a las Moreno, por Perú. El jueves a las Restrepo, de Caracas, el sábado a las Villa, de Palace, y las Saldarraga, de Bolivia. En un Medellín chiquito, la empresa recuerda quién vive, y dónde. Y pone en práctica su estrategia de seducción.

EVA, LA CONSUMIDORA

Una rosa para vender... Todo un poema. Cuando nadie piensa en Eva, la consumidora pionera, a la que, para venderle una manzana, se le comió de cuento una culebra. Nadie piensa en los grupos callejeros de antiguos mercadetes de esclavos. Ni en los carteles de hostales y en las hojas ilustradas dirigidas, en la Edad Media, a un público iletrado.

Una rosa para vender... "Atrás quedó el ingenio 'pro-clientes' de las alegres muchachas de Roma y Pompeya: buellas-sañdas que dejaban con la suela de sus sandalias, o indicaciones en los murros... "¡Sigue la flecha... Tengo mi gracia... Te espero en mi cálido rincón de la esquina diagonal al panadero... Cocli, cocli... A que me encuentras!"

Atrás, los murales del circo romano. Y el brillante ejercicio de la publicidad que algunos, a desverguero, le van a adjudicar: confesionarios, para investigar, milagros, para subir las ventas, como técnica promocional.

Una rosa para vender

Coordinación y redacción
 Margaritales Restrepo Santamaría

Portada
 Diseño: Fabio Franco
 Foto de fondo: Publicación mensajera de Francisco Mejía, 1938 (aprox.)
 Centro de Memoria Visual-FAES

Diseño y diagramación
 Jesús Pineda
 Juan Diego Londoño

Fotomecánica e Impresión
EL COLOMBIANO



El "chine"

El tranvía que ya pasó y, con él, los avisos ambulantes de Cíno Colombia. En 1937. Foto Francisco Mejía. Centro de Memoria Visual-FAES.

"Anunciar es hurgar en heridas abiertas... Miedo. Ambición. Angustia. Hostilidad. Usted menciona los defectos y nosotros actuamos sobre cada uno de ellos. Nosotros jugamos con todas las emociones y con todos los problemas. Desde el de no poder seguir en cabeza. hasta el deseo de ser uno más entre la muchedumbre. Cada uno tiene un deseo especial. Si se logra que un número suficiente de gente tenga el mismo, se consigue un anuncio y un producto con éxito". Eso dijo un día Jerry Della Femina.

¡Un, dos, un, dos...!

Mmmmm... Para ballés modernos nada supera la música Colombiana. Y bueno que debe sonar el disco, en 1930, en semejante equipo. Foto Francisco Mejía. Centro de Memoria Visual-FAES.

productor y consumidor, entre realidad e ilusión, arte y ciencia. Revuelva todo eso, licúelo... Y a eso que llaman publicidad, usted se acerca. A una actividad dinámica, comprometida con el futuro más que con la inmediata venta... Ligada estrechamente a los sues y baja de la economía y a los vaivenes del orden público, y determinada, en buena parte, por los más mínimos cambios de actitud y conducta que en una comunidad, protagonizamos.

¡Es manipulación y sólo sirve para crear necesidades! ¡Mentiras, sólo las hace conscientes y no las crea! No le hará usar sombrero ni comer grillos al que no le apetezca. ¡Demonio del capitalismo, lavado cerebral!, gritan unos. Motor de la economía, colección de argumentos para elegir mejor vida, otros contestan.

Publicidad. "Nadie sabe como aliviana... Todos saben que si aliviana"... No venden un pitito... informa sobre los pitos

que hay y sus calidades a quien le interesa.

NO ES CHISPAZO
 "Anunciar es hurgar en heridas abiertas... Miedo. Ambición. Angustia. Hostilidad...". Primero fue una sencilla rosa... Para vender, era suficiente un poema...

Ahora, no es sólo la oferta de un producto. Ni una imagen que de él se trabaje. Ni el símil de honor que, a fuerza de información, logren que este ocupe en nuestra mente. A todo ello ha apuntado la publicidad en sus distintas épocas. Hoy se han multiplicado productos, servicios, recursos, medios y exigencias.

Periodico, caja de fósforos, chaqueta. Anuncio. Estación de radio, pancarta, agenda. Anuncio. Canal de televisión, libro, pocillo. Anuncio. Almanaca, reloj, papetera. Anuncio. Pantalón, revista, camión repartido. Anuncio. Cenicero, lámpara, valla. Anuncio. Plaza de toros, fax, estadio. Anuncio. Aviso de león, correa, encendedor. Ilavero. Anuncio. Película, boligrafo, servilleta. Anuncio. Bolso, tenis, cualquier piedra. "¡Auxilio, socorro. Nos invaden! ¿Dígame que compro? ¿A quién apoyo? (y de paso, ¿quién me paga por difundir su marca en mi vestimenta?) ¡Sálvese quien pueda!"

Ante tal multiplicación de los panes, los logros del arte de anunciar nada tienen que ver con la pura intuición, la pitipera, el chispazo o el efecto de un baretazo. Son el producto de un oficio ejercido a conciencia, para el cual la claridad de objetivos, la consistencia, el talento y el respeto por el consumidor, marcan la gran diferencia. La receta del publicista maestro David Ogilvy es: "un 20% de magia y 80% de estrategia."

ESTILO DE VIDA
 "En la real casa de hospicios se halla un delicioso mozo, de buen servicio, aparente para trabajo recto; es casado con una india también moza. Quien quiera

CELEBRE CON NOSOTROS SUS FIESTAS NAVIDEAS

¡FELICIDADES A LOS NIÑOS!

CUPO LIMITADO PARA SUS PEDIDOS

Tel: 248 5183 - 248 0133 - 250 6613

C.R. 81 N. 34 A - 134

SERVICIO AL CLIENTE - 100 FÉLICES BUENOS DÍAS

comprarlo hablo con don Antonio Cajigas, administrador de dicha casa. Se vende a beneficio de los pobres".

Así reza el más antiguo de los avisos conocidos de prensa en Colombia, publicado el 17 de febrero de 1801, en el Correo curioso Erudito, Económico y Mercantil.

Hoy no se venden hombres (al menos con aprobación social)... Y la publicidad tampoco los compra. Es la tendencia actual el respeto a un consumidor que ya no responde a la carta. Que ya no obedece a matas únicas, que puede suplir ilusiones y al que el producto debe adaptarse -y no a la inversa-.

Hoy, en un mundo marcado por la globalización de la economía, el derrumbe de fronteras, la publicidad hace ofertas a un público que responde más a la satisfacción de las necesidades propias de un estilo de vida (el entorno, el oficio) que al tradicional argumento de ventas: los ingresos. No vale el ofrecimiento de productos y servicios "a quien pueda interesar", así, no más, con argumentos lógicos y fríos. Cuentan mucho el llamado a las emociones y a esa creatividad que, ante la crisis económica es una iluminada puerta para escapar.

RED PROTECTORA

Tres timbrazos a las 11 de la mañana de un sábado? Luz salió a abrir la puerta. Allí estaba Julián, un joven y tímido mensajero, de rosa roja en mano... ¡Y tarjeta adjunta, claro!

Un día, una rosa fue un gran argumento de venta. Además de un poema. Cuando en Medellín se comenaban las vitrinas de boca en boca. Cuando sólo los deportistas podían pasar para la publicidad, sin que se dudara de su hombría. Cuando en el almanaque de alguna tienda del camino, por Don matías, dibujaban una redellera "protectora" negra (ataja-malus pensamientos) al escote de Carmita Moreno, señorita Atlántico.



Y atrás, también, el decreto del monarca británico Carlitos II... Ante el exceso de anuncios en el espacio público, dijo ¡no! a aquellos que dificultaban el paso del aire y la luz... Si hubiera conocido a Colombia en antea de elecciones o el exceso de vallas de la carretera de Las Palmas, hubiera muerto de un patatús.

HERIDAS ABIERTAS

Como esto, bebe agua, lava tu ropa con lo que yo te recomiendo. Vive en este edificio. Viaja a esa ciudad. Echate esta loción. Invierne ya. Ponle ese pañal. Prueba el remedio. Claro que trabajamos por usted. Vístete así. Súbete al carro que te muestro. Escucha música en ese aparatejo. Pílas con la grasa. Escoge un papel sin igual. Arregáste al juego. Goza con un sabor. Apaga la luz.

Trabajamos por el bien del país. No le creas a Sadam. Vota por Pedro... Y de ñapa, con tu "sí", apúntate al bienestar. logra aceptación y prueba el éxito... ¿Quieres saber qué hay y quién está en el mercado, cómo puede cambiar su vida, qué puede hacer por usted, qué ventajas le ofrece? Pues, ahí trabaja la publicidad... Información sobre bienes y servicios; y un agregado hermano: personas, empresas, ideologías, creídos.

DEMONIO Y MOTOR

Sugencia. Persuasión. Seducción. Repetición. Movilización de emociones. Llamado a la compra y a la formación de opinión. Presentación de opciones. Ventajas al descubierto. Impacto. Poder de convencimiento. Respuesta a un "no somos autosuficientes". Estrategia y arma de venta... A caballo entre

Coltejer

LA COMPAÑÍA COLOMBIANA DE TEJIDOS S.A. COLTEJER, INFORMA QUE LAS SIGUIENTES PERSONAS, QUE HAN TENIDO ATRIBUCIÓN POR LA EMPRESA O COMPARTIDA CON EL ISS, HAN FALLECIDO

NOMBRE DEL FALLECIDO	FECHA FALLECIMIENTO	BENEFICIARIOS QUE SE HAN PRESENTADO	CALIDAD
Jaime López Díaz	Septiembre 8/92	Margarita Mesa de L.	Cónyuge
Elvia Correa Montoya	Septiembre 26/92	-	-
Blanca Luz Pemberthy R.	Septiembre 20/92	-	-

LAS PERSONAS QUE SE CREAN CON DERECHO A LA SUSTITUCIÓN PENSIONAL DEBEN ACREDITARLO EN EL DEPARTAMENTO DE JUBILACIONES Y SEGURIDAD SOCIAL DE LA EMPRESA, EDIFICIO COLTEJER, PISO 7º

SEGUNDO AVISO, Octubre 25/92

A LOS HEREDEROS DE GUILLERMO DE JESUS CASTRILLON BARRERA CRISTALERIA PELDAR S.A.

Que el 30 de septiembre de 1992, falleció el señor Guillermo de Jesús Castañón Barrera.

Con el fin de continuar pagando la diferencia entre la pensión que PELDAR le pagaba y la reconocida por el ISS, a causante, de acuerdo con la ley, quienes se crean con derecho a ella, deberán presentar los documentos correspondientes en las Oficinas de Relaciones Industriales, en la Planta de Enviado.

SEGUNDO AVISO

Empresas Públicas de Medellín

Informa:

A la señora ROCIO CARDONA DE OSORIO quien aparece como suscritora de la línea telefónica con N.º 2350070 instalada en la CARRERA 66B N.º 35A-26 APTO. 102 B a quien se crea con derecho sobre dicha línea, que en cumplimiento de lo dispuesto en el Artículo 4º del Decreto 196 del 22 de marzo de 1991, el señor OSCAR DE J. ESTRADA YARCE ha solicitado cambio de suscriptor a sus favor. Se advierte que si dentro del año siguiente a la última publicación, el suscriptor inscrito o quien se crea con derecho al servicio telefónico no concurren a hacer valer sus derechos ante las Empresas Públicas, se hará el cambio de suscriptor a favor del solicitante.

ES SEGUNDO AVISO

¡ESTAMOS A LA VANGUARDIA!

En motores para dragas

VANGUARD DE 16 HP

BRIGGS & STRATTON

- Diseño OHV (válvulas en la culata).
- Menor consumo de combustible y aceite.
- Más liviano (32 Kg.).
- Bomba y filtro de aceite.
- Bomba de combustible.
- Camisa de cilindro en hierro fundido.

MINEROS DEL NARE
 Cl. 75A N.º 64B 46
 Tel 257 00 36
 441 40 35
MEDELLIN