

UNED: Visita virtual a la exposición de carteles publicitarios

La Facultad de Económicas celebra su día institucional con una muestra de los siglos XIX y XX

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNED celebra su día institucional con una exposición de carteles que recogen la comunicación publicitaria desde 1890 hasta 1960. La muestra permanecerá abierta hasta el próximo 30 de abril de 2010, entre las 10.00 y las 20.00 h en el vestíbulo y las dependencias generales de la Facultad (Pso Senda del Rey 11- Ciudad Universitaria de Madrid)

"Es un paseo nostálgico por la vida cotidiana de hace 30, 60 ó 90 años. Ver qué productos se vendían, cómo se anunciaban y cuánto ha cambiado la forma y los soportes en que se exhibían", explicó Carlos Velasco, comisario de la exposición y propietario de la colección de carteles.

El testimonio gráfico resulta especialmente significativo para los profesionales o aficionados a la publicidad, ya que, en la primera época, los carteles eran el único soporte publicitario conocido. La prensa escrita, en blanco y negro, solía incluir sólo anuncios de texto. Había pocas revistas a color y sólo los productos de máxima demanda podían permitirse usar el color, entonces carísimo, en su diseño. No había televisión y la radio comenzaba su andadura sin la difusión generalizada que hoy conocemos. El concepto de marketing ni siquiera existía.

Velasco, como comisario de la exposición, explicó que mirando los carteles podría analizarse la historia de este país desde varios puntos de vista: el histórico, viendo qué productos se demandaban más; el político, viendo los mensajes que se repetían -campañas de fomento de consumo de productos autóctonos, por ejemplo-, lingüísticos, analizando los textos; artísticos, por sus diseños, que reflejan las tendencias estéticas de cada época, del cubismo al puntillismo, el realismo- .

La historia en anuncios

No obstante, él optó por el análisis económico y destacó cómo en determinadas épocas los carteles eran "la única mancha de color en una España rural, pobre y gris". Recordó, por ejemplo que los calendarios, un tipo de cartel de consumo familiar, eran en habitualmente la única concesión estética en los hogares "en muchísimas paredes humildes el único adorno que se veía era la niña o el perrito del calendario, una imagen que permanecía allí años y años".

En cuanto a los temas más destacados de la cartelería publicitaria desde 1890 hasta los años 60 del siglo XX, los productos alimentarios eran mayoritariamente los protagonistas, "lógicamente, ya que la parte más importantes del presupuesto familiar se iba en abastecerse de comida". Entre todos, destacan los anuncios de chocolate "un producto de lujo en un momento en que en algunos pueblos llegó a haber dos y tres empresas de producción de tabletas de cacao".

Las bebidas espirituosas, el anís y el coñac, también protagonizaban muchos carteles "porque si uno no tenía qué comer, se apañaba con una buena copa de anís y coñac para salir animado al campo a segar".

Los productos de exportación, especialmente cítricos y vino, fueron también objeto de carteles publicitarios. Sobre las cajas de naranjas se colocaban unas "cartelas" que anunciaban el producto *of Spain*. Y sobre los extremos de los toneles de vino se pegaban también carteles, en este caso, circulares.

Los productos para el campo, tanto fertilizantes o contra las plagas, y de alimentación y saneamiento de animales ocupaban también un buen sector de la producción de carteles. Igual que la llegada de maquinaria sofisticada, industrial o doméstica y de productos de limpieza para el hogar. En los años 40 proliferan los productos de tocador para señora, cremas, perfumes y maquillajes, y algún otro tónico masculino para después del afeitado.

Un dato curioso es que apenas existen anuncios de tabaco, pero sí abundan muchos y muy sorprendentes de papel de fumar. ¿La razón? "No existían los cigarrillos, se fumaba tabaco de picadura vendido en paquetes y que había de liar".

Además de la exposición, la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales ofreció dos conferencias: una de Manuel Jesús González, profesor de Historia del Pensamiento Económico y la otra de Ramón Rufin, profesor de Marketing.

[Más carteles de la colección Velasco](#)