

La Publicidad en la Vía Pública

Uno de los rasgos característicos de nuestros tiempos de economía de mercado, de armónico juego de la oferta y la demanda, es la publicidad.

Una parte considerable del talento creador y de las fuerzas productivas de una nación se consagra a promover las ventas. Muchos puestos de trabajo se generan alrededor de esta actividad.

Resumiendo, la publicidad es un conjunto de medios utilizados para promocionar, difundir, orientar el consumo de un determinado producto y/o instalar en el mercado una marca determinada.

Hoy, la industria publicitaria del letrado está sufriendo un sospechoso ataque del gobierno capitalino y también de algunos gobiernos comunales de varias provincias, algunos de cuyos integrantes parecen no comprender, o simulan no comprender, que la Cartelería en la Vía Pública es un medio indispensable para que las fuerzas del mercado (producción, distribución y consumo) jueguen armónicamente, al margen de la estética, la contribución a la iluminación y urbanización públicas y de las localizaciones referenciales.

Recientemente, personas al servicio del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, irrumpieron sorpresivamente en varios comercios y, sin mediar orden judicial ni intimación previa, los despojaron de un elemento imprescindible (sus letreros y carteles), en la vida moderna, para el libre ejercicio de los derechos establecidos por la Constitución Nacional en sus Artículos 14, 17 y 18.

Esas violaciones, esos letreros y carteles arrancados brutalmente de sus fijaciones y confiscados por el poder público metropolitano, es la prueba irrefutable de que estamos inmersos en un proceso político improvisado, inconsulto, irrespetuoso al extremo, de las Normas Institucionales fundamentales de la República.

Los primeros afectados por estos recientes ataques han sido pequeños comerciantes que son objeto de la demagogia discursiva de algunos. PyMEs que están en la vanguardia, en la primera fila, y que por ello reciben también en forma directa los ataques de delincuentes que se pasean tranquilamente por nuestras calles, con impunidad casi total, amparados por un sistema judicial portador de teorías de otros tiempos y peligrosísimas para la vida de todos los vecinos. Y por supuesto, un gran afectado es la industria del letrado, que además sufre las contingencias de un mercado consumidor en peligrosa baja, siendo muy sensible a las oscilaciones de algunos desafortunados de los elencos gobernantes que nos tocan en suerte.

Gobernar es manejar las variables de la economía en consulta permanente con toda la sociedad, con sus representantes, públicos y privados. Porque están en juego los intereses de todos, de los ricos y de los pobres, de los grandes y de los chicos, de los comerciantes y de los industriales, de los profesionales. Estos ataques a la Cartelería en la Vía Pública es inentendible dentro de parámetros legales, normales y de los usos y costumbres de una economía de mercado. La negación de la publicidad la vimos en la fenecida Unión Soviética, donde el estado producía, distribuía y organizaba el consumo. Esto se acabó en el mundo moderno. Estos ataques a uno de los medios más antiguos del orden

económico, social y político del capitalismo, denotan una ignorancia supina de ciertos personeros o la defensa de intereses espurios inadmisibles para la mayoría de la ciudadanía.

Debemos reconocer que, el incumplimiento de las normas vigentes que regulan la publicidad en la Vía Pública, por parte de ciertas empresas, ha traído algún desorden estético digno de ser corregido. Para ello está la legislación vigente (Ordenanza N° 41115), los agentes públicos encargados de hacerla cumplir sin ataques de miopías consentidas y los empresarios de la publicidad que, también deben comprender que las desviaciones, excesos e incumplimientos no son dignos de la comunidad respetuosa y organizada, a la que todos aspiramos.

El Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Ing. Mauricio Macri, hizo sus primeras armas en exitosas empresas de su señor padre. Esos emprendimientos no hubieran sido tan exitosos de haberles sido impedido promocionar sus productos en la Vía Pública, con carteles en sus puntos de venta, monumentales, ruteros, etc. Que le hubiera dicho Don Franco Macri a su hijo si se le hubiera ocurrido anular todas las instalaciones publicitarias de sus empresas, instaladas en la Vía pública.

Estoy convencido que el Ing. Mauricio Macri ha concurrido, alguna vez, al estadio del Club Atlético Boca Juniors. Pues bien ... ¿observó la profusa, luminosa, móvil, colorida publicidad que está instalada a nivel del campo de juego y muchísimos otros sectores del estadio...?

¿Observó, nuestro Jefe de Gobierno capitalino, el colgajo de tela impresa, de más o menos 80 metros por 30 metros, pendiente del frente del monumental edificio del ex Mercado del Plata, en Cerrito y Cangallo ... ? Esto es algo más que un desorden estético; es, como diría algún funcionario exagerado, un caso real de "contaminación visual" ... Le podríamos agregar, un exagerado ataque al buen gusto...

¿Qué pasaría, si a algún descolgado urbanista, se le ocurriera impedir la publicidad luminosa en los frentes de los Casinos capitalinos...?

¿Y, también, si a algún iluminado gobernante, se despertara una mañana con la oscura idea de eliminar toda la publicidad exterior de la ciudad de Las Vegas, en los EE.UU. o de Times Square, en Broadway y la 42 Street, Nueva York ...?

Y volviendo al crisol nativo de ideas desopilantes: ¿sería posible eliminar las excelentes y decorativas marquesinas de los Teatros Colón y Presidente Alvear, ambos dependientes del gobierno del Ing. Mauricio Macri y su elenco...?

Los comerciantes metropolitanos, agrupados en los representativos y combativos Centros Comerciales, los trabajadores de la Publicidad, alineados en el ejemplar SINDICATO DE LA PUBLICIDAD, los integrantes de la Comisión del Espacio Público de la Legislatura del Gobierno de la Ciudad, las entidades gremiales y empresarias afines, CAME, FECOBA, APE, CAA y CAIL y todo otro sector, afectado por las desinteligencias, abusos e improvisaciones, TODOS JUNTOS, tendremos que sentarnos alrededor de la MESA DEL CONSENSO Y DEL RESPETO, para terminar con el novelón de los carteles y para, entre todos, realmente, HACER LINDA A BUENOS AIRES...

Victor Stefanoni



C.A.I.L.

Cámara Argentina de la Industria del

Letrero y Afines. Fundada en 1983.

Sede: AGRELO 4049, Buenos Aires,

Argentina Tel.: (54-11) 4958-3053

Tel./fax: (54-11) 4981-7402

Socios de interior: 0810-666-0634

Gerencia: gerencia@cail.org.ar

Secretaría: secretaria@cail.org.ar

Administración: administracion@cail.org.ar

Información: cailinforma@camaradeletreros.com

Sitio web: www.camaradeletreros.org.ar

Comisión Directiva

Presidente

Victor Stefanoni (Tubolamp S.A.)

Vicepresidente

Bernardo Rubio (Hispano Luz S.A.)

Secretario

Paolo Bergomi (Bergomi SCA)

ProSecretario

Oswaldo Rosemberg (Rolux S.R.L.)

Tesorero

Guillermo Otero (Estudio Técnico de Construcciones)

Pro-Tesorero

Alberto Méndez (Neolux)

Vocales Titulares

Javier Isoba (Plano Color S.R.L.)

Victor Barbaro (Tecla S.A.)

Sergio H. Lamas (Ricalux S.A.C.I.)

Vocales Suplentes

Daniel Carnaghi (Multiled S.A.)

Emanuel Rolando (Aeropol)

Eduardo Cordini (Cordini Publicitaria S.R.L.)

Organo de Fiscalización

Miembros titulares

Marcelo Ortiz (Industria Publicitaria)

Liliana Panighetto (Liliana Panighetto)

Mónica Pérez (Raiper)

Miembros suplentes

Alejandro Cabral (Rotabanner)

Sebastián Fernández (Zilcam)