

EL CARTEL:

Silencioso promotor de acciones

LA publicidad en Extensión es un método de comunicación del cual se vale el Agente para transmitir una idea ayudándose en un medio de divulgación.

El cartel es uno de esos medios sencillos, utilizado por el extensionista en los métodos de masa, para difundir una idea con rapidez.

Antes de emprender la confección de un cartel, el Agente debe hacerse las siguientes preguntas:

- 1.^a ¿Cuál es la misión de dicho cartel? Es decir, ¿para qué va a servir?
- 2.^a ¿Qué objetivo se persigue; qué se pretende alcanzar con la confección de dicho cartel?
- 3.^a ¿Qué resultados se espera obtener de él?

Contestadas estas preguntas, el Agente puede emprender su trabajo, teniendo presente siempre ciertos principios elementales pero imprescindibles.

La confección de un cartel debe estudiarse con detenimiento. Las precipitaciones sólo conducen a errores que frenan su eficacia.

Hay que tener presente que el cartel debe lanzar sólo una idea.

El cartel, como tal, sólo cubre dos estados de los cinco que forman la fase de una buena publicidad; es decir, que el cartel sólo tiene por objeto llamar la atención y despertar el interés por la idea lanzada. Al confeccionar el cartel se debe tener presente que a él sólo se le dedica una pasajera mirada, y que, ha de ser muy persuasivo, para detener al viandante. Por tanto, el cartel será tanto más eficaz cuanto menor esfuerzo imaginativo tenga que hacerse para entenderlo. Por lo que se ha de procurar que éste sea comprendido sin razonamientos.

En el cartel, un objeto llama la atención con tanta más intensidad, cuanto menor sea el número de objetos que le disputan dicha atención; o también, cuanto mayor sea el contraste.

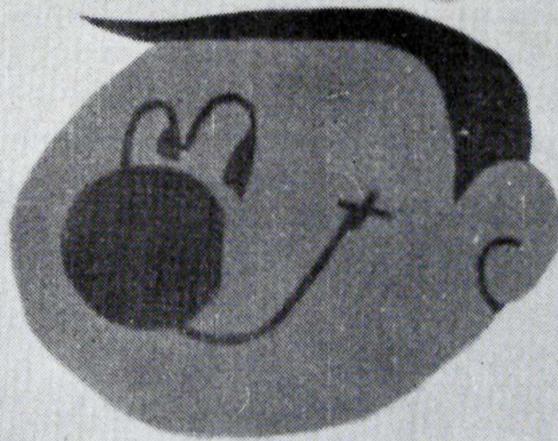
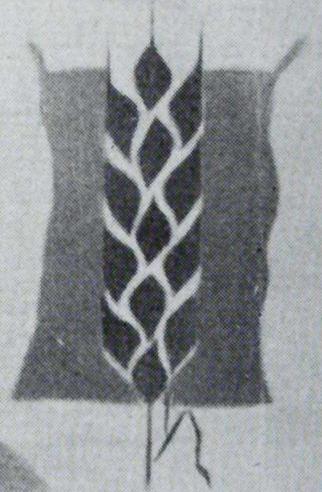
El contraste es en el cartel de radical importancia; y en todo momento, a fin de que se ejerza una mayor influencia sobre la atención, se ha de procurar que ésta sea grande en relación con los obje-

SERVICIO DE EXTENSION

AGRARIA

BUEN

ABONADO



DOBLE

COSECHA

tos que lo rodean. El color es un medio del que podemos valernos para lograr un fuerte contraste, ya que de por sí, bien su al'ernancia o su combinación, ejercen cierto influio en el estado de ánimo de las personas, provocando reacciones de atracción o repulsión.

Un ejemplo de lo que puede hacer el color lo tenemos en el siguiente hecho: El cartel titulado «Buen Abonado - Doble Cosecha» fue confeccionado para lanzar una campaña de abonado. Al lado de aquel cartel se colocaba otro más pequeño, pero más explícito. Es decir, se pretendía que aquél fuese el reclamo. Pues bien, este cartel que estaba pintado en sus colores naturales: cara rosa, pelo negro, etc.; pasó inadvertido. En cambio, el mismo cartel, que se nos ocurrió pintar con cara verde, pelo rojo, etc., atrajo la atención del público, que quizá con el ánimo de criticar el mal gusto al escoger para una cara el color verde, pelo rojo, etcétera, se detenía, y a la vez, veía y leía el otro cartel. Así, pues, con este sencillo ejemplo vemos lo que se puede conseguir con los colores.

Para el uso de carteles se debe hacer dibujos sencillos y simples, procurando, a ser posible, que las imágenes hablen por sí solas.



Las figuras más o menos graciosas atraen la atención, pero se ha de cuidar que no molesten a aquellos que tratan de representar.

TERRENO
+ SEMILLA
+ ABONADO INCORRECTO

IGUAL A



TERRENO
SEMILLA SELECTA
ABONADO CORRECTO
AYUDA TECNICA EXTENSION AGRICOLA

IGUAL A → ABUNDANCIA

POBREZA

Tanto en la parte mecánica como en el texto del cartel, se ha de procurar acomodarse a las costumbres de las personas a quienes nos dirigimos. Esto es siempre más fácil que el tratar de acomodar el público a uno. El texto se pondrá en la dirección

de la mirada cuando leemos, es decir, de izquierda a derecha, o del ángulo superior izquierdo al inferior derecho. Se huirá siempre de líneas apretadas o de tipos compactos. Tampoco es conveniente dividir las palabras o las frases importantes. El tipo de letra usado deberá ser lo más simple posible.

Se tenderá a aprovechar bien los espacios, pero teniendo en cuenta que las cosas no queden abigarradas; es decir, se ha de buscar que cada cosa esté en su sitio y ocupando su lugar, para que el cartel tenga claridad. En suma, que tenga armonía.

Las figuras del cartel, así como el texto, han de complementarse; esto lo hará más comprensivo y ameno.

El cartel actúa sobre todos los públicos, y, por ello, ha de ser comprensible a todas las edades, formación, inteligencia y nivel cultural.

El cartel titulado «Avisos Antimildiu», aunque es un cartel simple y expresivo, cae fuera del alcance de la imaginación del agricultor.

Se debe tener presente que el público, una vez que, por el cartel, ha captado la idea, si ésta es buena, buscará mayor información, y debemos estar preparados para suministrársela por otros medios.

Siempre que se acometa un trabajo, se ha de procurar poder valorarlo. El cartel es una ayuda de Extensión que no consume tiempo, pues la relación tiempo-masa es prácticamente nula, si el cartel está bien estudiado. Y aunque es difícil medir los resultados alcanzados, podemos decir con seguridad que es un medio bastante barato de divulgación e información.

José JAPON QUINTERO

