

La semana de la seda en 1959

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Textiles suizos [Edición español]**

Band (Jahr): - **(1959)**

Heft 3

PDF erstellt am: **03.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-797111>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

La Semana de la seda en 1959

Una impresionante campaña de propaganda colectiva

La Asociación Zúriquense de la Industria Sedera que, a pesar de su nombre, es el organismo central en el que están agrupadas en Suiza las distintas asociaciones del ramo, se encarga desde hace años de la propaganda colectiva para el fomento del empleo de la seda natural entre el público en general. Entre las medidas que, para ello, adopta, mencionaremos la edición de folletos y de prospectos de propaganda, la producción y la difusión de películas documentales y de publicidad, la organización de sesiones de información para la prensa, con exposición de las más recientes creaciones en tejidos, presentando modelos confeccionados con seda natural; todos estos esfuerzos tienden a completar la actividad desplegada por la A. Z. S. con el fin de propagar la idea de que la seda es el material textil que mejor conviene para los vestidos destinados a las grandes ocasiones. No podemos pasar en silencio la magnífica exposición de sedas en el salón «Création», de esta primavera, en la Feria Suiza de Basilea (véase pág. 90); en las revistas femeninas y de modas se publica además grandes anuncios en la primavera para recordar que: «Nada supera en hermosura a la seda natural.»

La semana de propaganda de la seda, que tiene lugar todas las primaveras utilizándose para ello los escaparates de los almacenes, reviste la mayor importancia entre todas las medidas adoptadas por ser el resultado de la actuación mancomunada de la Asociación Zúriquense de la Industria Sedera y de los vendedores al pormenor de tejidos y de vestidos.

Este año fueron nuevamente unos 240 almacenes los que pusieron sus escaparates a la disposición de esta propaganda, del 18 al 25 de abril. Todas las firmas participantes utilizaban como signo de reconocimiento el cartel en colores que, durante las semanas subsiguientes, ha servido, dentro de los almacenes, para señalar los artículos de seda. Todas las casas interesadas distribuían entre sus parroquianas el pequeño prospecto que contiene las «Doce reglas de oro para el lavado y planchado de la seda natural» redactado en colaboración con especialistas del lavado y del planchado de la seda.

Como quiera que esta campaña debía desarrollarse sin obligación alguna, su fecha inicial del 18 de abril de 1959 no fue observada unánimemente, o sea que algunos de los participantes empezaron algo antes o algo después. Pero no se le puede conceder a este detalle una importancia capital sabiendo que los vendedores al pormenor más partidarios de la seda y que el decorador de escaparates más hábil tan sólo podían esperar unas palabras de agradecimiento como premio a su labor, cuando los representantes de los organizadores realizasen su visita de inspección. Si se tiene en cuenta todo esto, deberá considerarse como muy satisfactorio el ímpetu demostrado por todos los interesados en esta ocasión.

Muchos de los vendedores al pormenor se tomaron el trabajo de confeccionar transparentes con siluetas japonesas; rejillas de bambú pintadas, linternas japonesas y colgaduras bordadas que contribuían a crear un ambiente oriental. Una casa importante de Zurich hizo estampar sobre cartón en caracteres japoneses el lema «Nada iguala

en hermosura a la seda pura». El mismo texto en japonés estaba reproducido en los seis escaparates de dicho almacén. Pero también en las pequeñas tiendas de barrio y en las pequeñas poblaciones, donde no se exponía más que unas dos blusas de seda y alguna enagua, y quizás algunos chales... ese modesto rincón dedicado a la seda estaba arreglado con esmero y con simpatía.

En algunos de los almacenes más importantes podía verse mostradores atractivamente decorados y dedicados a la seda y en los cuales únicamente se vendía tejidos de seda muy artísticamente presentados. Esto fue una medida muy ingeniosa puesto que, si bien los escaparates ejercen un innegable poder de atracción, las sedas que en ellos se exhibe no pueden ser tocadas y palpadas, pero para poderlas apreciar bien es indispensable usar el tacto.

Para mucho comerciantes puede resultar difícil el intercalar en el programa previamente establecido para la decoración de sus escaparates una campaña de propaganda de esta clase y para la fecha prescrita. Por eso, la Asociación Zúriquense de la Industria Sedera celebra y agradece tanto más el encontrar todos los años vendedores al pormenor fieles a la seda y dispuestos a participar en su campaña de propaganda colectiva.

