

Comunicado del día después.
X Campaña “Un día 10 sin ver la televisión”

Nuestro más expresivo agradecimiento a todas las personas, asociaciones, instituciones, medios de comunicación (en especial a la prensa digital), por la acogida que vienen dispensando a la campaña 'Un día 10 sin ver la televisión', en su décima edición y que goza de excelente salud.

Gracias no solo por participar activamente en ella, sino por divulgarla.

Sabemos, gracias también a Google, que, aproximadamente, la han seguido dos millones y medio de espectadores.

Y como siempre, se manifiestan las deficiencias en el sistema de medición de audiencias (tres mil trescientos ochenta audímetros para 45 millones de personas). Para saberlo con exactitud, deberían seguirla los propietarios de los audímetros.

Gracias a la Comisaria europea, Sra. Vivianne Reding por acoger las numerosas denuncias sobre la saturación de la publicidad en España (cadenas públicas y privadas), y enviar un ultimátum por incumplir las normas. Cuatro años desde que se tramitaron las últimas, aunque más vale tarde que nunca. Gracias a la Comunidad Europea, y a la Comisión que preside la Sra. Reding porque nuestros representantes, de toda ideología, en estos temas están “desaparecidos”.

Da mucha risa hablar de 12 minutos a la hora, cuando las televisiones, públicas y privadas, son un catálogo de venta.

La campaña del 2004, fue precisamente por la saturación y la presión publicitarias que soporta el espectador en España, las más escandalosas de Europa.

Maribel Martínez Eder.
Asociación plazadel castillo
integrada en FIATYR.