

## **PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN.** **UN PULSO AL GOBIERNO SOCIALISTA.**

Creemos que se equivocan los que mantienen que la creciente presión publicitaria en televisión, y la mayor permisividad normativa que se prevé, acabarán regulándose por la selección de los espectadores.

Pensamos así por la razón definitiva de que las nuevas generaciones prefieren de lejos las imágenes vanguardistas y creativas de la publicidad, a la programación convencional, cada vez más vulgar y repetitiva.

En general va dirigida a los jóvenes, a pesar de no tener el mayor nivel adquisitivo, y no sólo vende productos de consumo, sino sobre todo imagen, valores y modos de vida.

Nadie medianamente informado que vea razonablemente la televisión, dejará de convenir que la publicidad suele tener mejor calidad estética que la mayor parte de la programación. Ésta cuestión, que a algunos ingenuos puede parecer aparentemente inofensiva, merece la siguiente reflexión: perfectamente aceptable si lo que se busca es la publicidad en sí misma, pero preocupante si va sustituyendo a otro tipo de contenidos, por voluntad acendrada de comerciantes y publicitarios.

Cuanto más talento, creatividad, inversión en la publicidad (cifras mareantes), más cutre y rutinaria se convierte la programación. Algunas series de producción propia orientadas a un público joven, son un buen ejemplo.

En 2005, según informa Sofrés y publica El País, se emitieron por televisión más de 2 millones de anuncios (2.264.813); 50.000 más que el año anterior. Se simultanean spots, patrocinios, sobreimpresiones, y producto emplazado: por ejemplo, 56 en un solo capítulo de Los Serrano (Tele 5)

Lo dicho, y otras razones que explicaremos, reafirman nuestra firme posición a favor del estricto cumplimiento de la normativa vigente, así como una patente oposición a su flexibilización.

## **UN PULSO AL GOBIERNO SOCIALISTA**

Es frustrante que ni desde el gobierno de la nación ni desde los autonómicos, se ataje la existencia de cientos de emisoras de televisión ilegales que operan con total impunidad, sin ningún control por tanto sobre sus contenidos, en su mayor parte fraudulentos e indeseables. La O.C.U. recibió 14.600 quejas en 2005 por estafa en llamadas a concursos, y se emiten chats pornográficos en abierto, durante las veinticuatro horas del día.

De muy mala gana, a juzgar por su resistencia, los responsables de las cadenas firmaron en 2004, un código de autorregulación que desde luego no pensaban cumplir, tal como hicieron en 1993. Es más, a juzgar por las protestas, incluida la del Defensor del Pueblo, la impresión justificada es que día a día, fuerzan la máquina en un claro pulso al gobierno.

En un programa de tarde, en pleno horario de protección del menor, aparece la pretendida amante de un personaje conocido, con la apariencia de estar inequívocamente drogada; primeros planos de cadáveres desenterrados; profanan la intimidad, hurgan en la enfermedad y la muerte obscenamente, rebuscan en el pasado de personas que ya no están entre nosotros con la mayor morbosidad; persiguen, acosan, derriban, arrastran por el fango a cantantes, a toreros; algunos, artistas muy notables. Así, hasta el infinito.

Desde luego, no nos enteraremos por Televisión Española precisamente, de que las cadenas públicas de Suecia, Noruega y Dinamarca, no participarán en EUROJUNIOR por la vestimenta y el maquillaje de los niños, incompatibles, según han hecho saber, con la protección de la infancia: literalmente han declarado que los niños hacen movimientos “soeces y vulgares”

Queremos creer que la llegada de la T.D.T. (por lo que parece, frenada en cuanto a su promoción y desarrollo), y más aún la Ley del Audiovisual, podrán paliar en algún extremo una situación única en Europa. Situación de abuso de poder y de desamparo del espectador.

Maribel Martínez Eder.

Portavoz de FIATYR (Federación Ibérica de Telespectadores y Radioyentes).

[www.asociacionplazadelcastillo.org](http://www.asociacionplazadelcastillo.org).

6-Mayo-2006.