

DIARIO CORDOBA

SECCION DE OPINION

ARTICULO DE COLABORACION Publicar el 8 de mayo 2008

SUFRIDOS TELEVIDENTES

Por eso si éramos pocos...la Comisión Europea está dispuesta a llevar a nuestro país ante el Tribunal de Justicia de la Unión Europea por incumplir la directiva comunitaria de Televisión sin Fronteras del año 1989, actualizada en diciembre pasado, que limita los espacios de publicidad a una duración de 12 minutos por hora de emisión. Ya sabíamos que los contenidos de muchos de los programas de la parrilla televisiva eran zafios, reiterativos, hurgaban en los instintos más primarios del ser humano, exhibían con descaro tragedias de todo color y tipo, no se respetaban los horarios de audiencia infantil... Pero ahora, resulta que entre programita, magazine, reality, serial y concurso, también incumplimos el derecho comunitario en la franja de anuncios. Ya conocíamos que, contra todos los códigos éticos y discursos oficiales, muchos de los anuncios de nuestras televisiones son sexistas, clasistas y todos los “istas” que ustedes quieran, pero es que además, nos pasamos de largo en su duración. Además de la llamada publicidad estática e inducida dentro de los programas, es que introducimos publirreportajes, telecompra, telepromociones y todo tipo de entretenimientos que pasen por la caja de la emisora correspondiente, de manera que tardas casi 3 horas en poder ver una película que, en realidad, no tiene más de 90 ó 100 minutos de metraje.

Muy cabreados están en Bruselas con nosotros, por que desde que nos abrieron el expediente sancionador en julio de 2007 nos dicen que “no se han tomado las medidas necesarias para garantizar el respeto al límite europeo”. La comisaria Viviane Rending insta a las autoridades a actuar con urgencia y advierte que “cualquier otra interpretación es una falta de respeto a los telespectadores y los ciudadanos”.

La conclusión, permítanme, en este mes de mayo festivo, es que, o bien la comisaria Rending no ha visto “el tomate”, o los españoles somos sufridos televidentes como ya lo somos sufridos cordobesistas, o creemos que el Tribunal de Justicia de la Unión Europea tiene el mismo colapso que nuestro sistema judicial, o lo vamos a dejar todo a los consejos de control audiovisuales que nos hemos dotado en todos los niveles. O quien sabe, no se me había ocurrido, a lo mejor es una cuestión de cuota de mercado, y de recaudación publicitaria pura y dura. Vamos, que el “share” manda y que el euro cobra. Pero, un poquito de por favor. Ya somos doctorados en publicidad, catedráticos en promociones, máster en anuncios y expertos en consumo.

Francisco García-Calabrés Cobo