

El resum per paràgrafs

ELS LÍMITS DE LA PUBLICITAT

1) «Tinc un problema. Tinc dos germans. Un d'ells treballa en publicitat. L'altre va ser condemnat a mort a la cadira elèctrica per assassinat. La meva mare va morir víctima de la bogeria quan jo tenia tres anys. Les meves dues germanes han fugit de casa, i el meu pare ven drogues a estudiants universitaris. Fa poc he conegut una noia que acaba de sortir d'un reformatori, on feia les feines de la neteja, i em vull casar amb ella. El meu problema és: si em caso amb aquesta noia, ¿li he de parlar sobre el meu germà que treballa en publicitat?»

2) Aquest text, en la seva versió original anglesa, és famós dins del món de la publicitat i ens il·lustra sobre dos fets: primer, que durant molt temps, i encara avui, el món de la publicitat ha estat i és considerat per molta gent de forma negativa, gairebé com un món pervers. Segon, que els que es dediquen a la publicitat són realment gent creativa i amb un fi sentit de l'humor.

Resum del paràgraf 2 _____

3) El fet és que no hi ha unanimitat possible quan es tracta de publicitat. I menys quan aquesta és innovadora, agosarada o frega els límits de la legalitat. Una legalitat que ve marcada per la Llei General de Publicitat, aprovada pel Congrés dels Diputats l'any 1988. En el marc de la Llei General, cada canal de televisió estableix les seves normes d'admissió de publicitat.

Resum del paràgraf 3 _____

4) Qualsevol anunci passa dos tipus de control: sobre el text i sobre les imatges. La censura del text es fa sobre un esbós de l'anunci en forma de dibuix, anomenat *story*, que l'agència de publicitat té l'obligació d'enviar als canals de televisió. Una vegada aprovat l'*story*, es procedeix a l'anàlisi de les imatges. Són in comptables les campanyes de publicitat que no arriben a sortir a la llum pública a causa de la censura aplicada pels canals de televisió.

Resum del paràgraf 4 _____

5) En aquest sentit, la majoria de les agències consultades coincideixen a afirmar que Televisió Espanyola és el canal més restrictiu a l'hora de valorar els anuncis que ha d'emetre en la seva programació. Les normes de TVE contenen un apartat especial dedicat a la «protecció de la infància». Entre altres mesures, es rebutja la publicitat de joguines bèl·liques, la que inciti els menors directament a comprar un producte, la que indueixi el menor a engany o la que no deixi ben clar si una joguina determinada s'acciona manualment o mecànicament. TVE també prohibeix explícitament que els nens siguin els actors principals d'un anunci, excepte en el cas de productes dedicats exclusivament o preferentment a la infància. Finalment, la norma estableix que «els nens actuaran i parlaran amb naturalitat i no emetran judicis o valoracions impròpies de la seva edat».

Resum del paràgraf 5 _____

6) En l'apartat dels nens, TV3 afegeix en les seves normes que «cap anunci pot fer creure al nen que la seva felicitat derivarà necessàriament de la possessió d'una joguina o de qualsevol altre producte». La televisió autonòmica de Catalunya no admet tampoc anuncis en què es ridiculitzi qualsevol deficiència o disminució, ja sigui física o psíquica.

Resum del paràgraf 6 _____

7) Ni TVE ni TV3 fan esment a una de les qüestions que, en la pràctica resulta més polèmica: l'ús del cos de la dona amb finalitats comercials. Aquest tipus de publicitat ha aixecat sovint les protestes de sectors feministes. Per part de la societat civil, són aquests sectors, junt amb les organitzacions de consumidors, els més actius a l'hora de controlar la publicitat que s'emet per televisió o es publica a la premsa.

Resum del paràgraf 7 _____ 7
