

## Naturistas y ecologistas, contra la publicidad

A la hora de enjuiciar el valor social de la publicidad, es obvio que no todas las tendencias ideológicas coinciden en la forma y contenido que ésta debe desarrollar, apareciendo incluso, algunas valoraciones con marcado carácter de reproche sobre la incidencia de los contextos publicitarios en el público.

De esta forma, estamos asistiendo, sobre todo en los últimos tiempos, a una clara proliferación de corrientes ecologistas y naturistas que, en su búsqueda por una vida más sana y natural, desde sus distintos puntos de vista, mantienen una opinión unánime respecto a la necesidad de enfocar la función publicitaria bajo un prisma meramente informativo y de orientación al consumidor, desechando el actual objetivo de incitar al consumo indiscriminado.

«El problema no sólo estriba en incitar al consumo, a provocar nuevas necesidades, además, muestra un modo y un nivel de vida inalcanzable para la mayoría de las personas», según Carmen Espinar, socióloga y miembro de la Asociación Ecologista de Amigos de la Tierra, que, por otra parte, se muestra contraria a las ideas de determinados sociólogos norteamericanos, «quienes justifican muy positivamente el hecho de presentar al ciudadano medio unas expectativas de vida diferentes o superiores a las que éste encuentra, considerando que de esa forma, dichos ciuda-

danos se entregarán más en su trabajo para conseguir ascender en la escala social». Según ella, «esto sólo es cierto parcialmente. Por lo general, el efecto de la publicidad es aumentar la frustración de aquellas personas —la mayoría— que se encuentran con la imposibilidad de adquirir ciertos productos o un determinado status social».

El presidente de la Asociación Naturista Madrileña, Miguel Pardo, piensa que «el ser humano está necesitado de incentivos y consecucio-

nes que le hagan más sano y feliz, pero, por el contrario, en esta sociedad que vivimos, lo importante es vender productos, sin tener en cuenta estas valoraciones. La publicidad, tal y como está en estos momentos, es un montaje adaptado a una vida que, indudablemente, no es la mejor».

En correlación a sus ideales, naturistas y ecologistas denuncian la imagen que algunos productos pretenden dar de *lo natural*, «no siendo más que una panacea cargada de oportunismo y dema-

mentalizar a la gente de que su modelo es el ideal. Se trata de que cada cual se autoconciencie y aprecie los errores en que nos vemos sumergidos. Y, por supuesto, ven en la publicidad uno de los elementos más destructivos para lograr sus fines. De todo ello hablaron con nuestra redactora Raquel Núñez.

blico infantil frente a los constantes anuncios a ellos dirigidos. «De la vulnerabilidad de los niños ante la publicidad se es plenamente consciente y, precisamente por ello, son utilizados como sujeto y objeto de la misma».

«El consumo de alcohol y tabaco producen, a lo largo del año, grandes bajas que llegan a suponer al Estado gastos en Seguridad Social superiores a los ingresos obtenidos por impuestos de estos productos y, sin embargo, se aprueba la publicidad de los mismos»; «tampoco se es consciente», según Miguel Pardo, «de las contradicciones que se presentan cuando, por un lado, la orientación política trata de concienciar al ciudadano en el ahorro energético, al tiempo que la publicidad propugna el consumo masivo».

En consonancia con el tipo ideal de publicidad deseado por estos grupos, ésta se limitaría a la información al consumidor y al fomento de la convivencia ciudadana, las sanas costumbres (higiene en general, sin engaños sobre productos poco aconsejables para la salud), apetencia por la alimentación natural (frutas, hortalizas, alimentos integrales, etc.), interés por la artesanía, los juguetes creativos y sencillos, el transporte alternativo, el ahorro de energía en industrias y sector doméstico, fomento del reciclado a todos los niveles (doméstico, ciudadano, industrial, etc.).

### ¿Energía Solar? Si, gracias ¿Dónde?

En URBANIZACIÓN HELIOS Las Rozas - Madrid.  
Una nueva promoción de URBIS.

**Pioneros en energía solar para viviendas familiares.**

Pida información en:

Menéndez Pelayo, 71  
Teléfx. 251 24 35 • 251 01 00

Vive la Ekología

Eko

El buen sabor de los cereales

instantáneo

El desayuno sano

Si amas la naturaleza, si te gustan los alimentos tal como los da la tierra, Eko con leche será desde ahora tu sana costumbre. Porque Eko es un extracto natural de centeno, cebada y malta tostados que, añadido a la leche, refuerza su valor nutritivo y le da un agradable sabor. Vive la Ekología... con Eko, el buen sabor de los cereales.

elaborado por Nestlé

Los naturistas denuncian la imagen de *natural* que se pretende dar a algunos productos.

BOLETIN DE SUSCRIPCION A

# Anuncios

Complételo con sus datos y envíelo por correo en un sobre a Anuncios, Hermosilla, 93. Madrid-1.

Deseo estar informado de lo que ocurre en el mundo de la publicidad. Suscríbame a Anuncios por un año, a partir del próximo número. (4.000 Ptas. Extranjero, 120 \$ US).

Nombre y apellidos .....

Empresa .....

Puesto de trabajo .....

Domicilio de la empresa .....

Domicilio particular .....

Deseo recibir Anuncios  En el domicilio de la empresa  en mi domicilio particular.

(Marque con una X lo que le interese)

Autorización de pago por Banco:

Muy señores míos: Les ruego que, a partir de la fecha y hasta nueva orden, atiendan con cargo a mi cuenta los recibos que les serán presentados por Anuncios, Publicaciones Profesionales, S. A.

Banco .....

Agencia y Domicilio .....

Titular de la cuenta .....

Clase y número de cuenta .....

Fecha .....

Atentamente,

Firma