

RAFA GIL



La pornografia, la publicitat, els patrocinadors o la violència tenen un nou marc.

DES DE DIMECRES PASSAT UNA DIRECTIVA COMUNITÀRIA IMPOSA NOVES NORMES

# Europa obliga a canviar els usos televisius

L'estat espanyol publicà dimecres passat al Butlletí Oficial la transposició al seu ordenament jurídic de la directiva "Televisió sense fronteres" de la Unió Europea. Això vol dir que la directiva europea ja s'ha d'aplicar, a tots els efectes, en l'estat espanyol. A l'estat francès la directiva es troba en fase d'adequació.

La directiva obliga les cadenes de televisió a alterar alguns dels costums més arrelats. El canvi en l'àmbit de la publicitat és un dels més importants, però no pas l'únic. La directiva afecta també el patrocini de programes, les quotes de producció pròpia i europea i les normes de protecció de menors. L'aplicació de la directiva serà per terminis. Les normes referents a publicitat tenen de sis mesos a un any de temps per a ser aplicades. Les normes de patrocini i protecció de menors ja entraren en vigor dijous passat. Finalment la norma de producció europea, una de les més discutides, té un termini de quatre anys per a la seua aplicació definitiva.

•Protecció de menors. L'emissió de programes que puguin perjudicar el desenvolupament moral i mental dels xiquets només es

podrà fer entre les deu de la nit i les sis del matí i hauran d'avisar del contingut. Els programes de contingut calrament eròtic o violent també s'hauran d'ajustar a aquest horari. El dubte més gran concerneix els programes de dibuixos animats, sovint notablement violents. Ningú no sap explicar quina valoració exacta se'n fa.

Per una altra banda la publicitat adreçada a menors de quinze anys no podrà contenir incitacions directes a la compra del producte anunciat. També és prohibit l'ús de xiquets per a la publicitat de productes que no siguin d'ús familiar o infantil.

•Patrocini de programes. Els programes que tinguen patrocinador no podran incloure missatges directes de compra. No es podran esponsoritzar programes polítics o informatius.

•Producció europea. Totes les cadenes de televisió hauran de reservar el 51% de la programació anual a programes fets en la Unió Europea. La meitat d'aquest temps serà per a l'emissió de produccions espanyoles (sense que siga clara la consideració de les produccions en les llengües diferents del castellà).

## La publicitat haurà d'adaptar-se a tot de limitacions

La publicitat canviarà molt amb les noves normes dictades per la Unió Europea. Heus ací alguns dels canvis principals proposats, tots els quals hauran de ser aplicats abans que passe un any.

•Pel·lícules. Només una tallada cada 45 minuts, excepte en les pel·lícules que només duren 90 minuts (en aquest cas, se n'autoritzen dues) o en les produccions fetes directament per a televisió.

•Programes esportius. Durant un partit no podrà interrompre's l'acció i només hi seran admesos rètols transparents. Però, a diferència del que passa ara, aquests rètols tan sols s'hi podran inserir a joc parat, i la mida no podrà superar la sisena part de la pantalla.

•En els programes informatius, religiosos, documentals i infantils, només podrà haver-hi publicitat, si duren més de trenta minuts. En la resta de programes, les tallades publicitàries s'hauran d'espaiar, pel cap baix, de vint en vint minuts.

•En tot cas, la publicitat no podrà ocupar més del 15% de les hores d'emissió diàries. Com a màxim, la publicitat no podrà excedir 12 minuts l'hora —més cinc minuts d'anuncis de promoció de la cadena pròpia.

•Les cadenes de televisió hauran de delimitar molt clarament els programes regulars de les emissions de publicitat.