

Discurso de Clausura del II Foro Profesional del

Anunciante. Fernando Moraleda (21 abril 2006)

Buenas Tardes

Es un placer estar aquí con vosotros. Permíteme Alberto que primero te agradezca la invitación y luego, como merece la ocasión, responda a algunas de tus preguntas y peticiones. Y comenzaré por el final, porque has hecho mención muy adecuadamente a la sociedad civil española, que cada día es más activa y más participativa.

Creo que el desarrollo de una sociedad civil moderna, democrática, y consciente no sólo de su poder, sino que también de su deber, es un objetivo que juntos tenemos que alcanzar. Este debe ser el origen y el objetivo de nuestro esfuerzo conjunto. La Administración a la que yo represento y vuestras empresas debemos, como bien dices, colaborar estrechamente para conseguir una alianza entre medios, anunciantes y agencias que rentabilice las importantes inversiones en comunicación.

Pero, evidentemente, no a cualquier precio. El respeto a los ciudadanos debe regir esta colaboración. Y sí, el humor y la metáfora no sólo son necesarios, sino que yo diría que imprescindibles en comunicación. Ahora bien, que el mensaje se sitúe en el contexto adecuado creo que depende más de vuestra responsabilidad como anunciantes que de la interpretación más o menos crítica de los consumidores a los que se trata de seducir.

Hagamos las cosas con humor, pero también con seriedad y calidad.

No cabe la menor duda de que nos debemos congratular del avance tecnológico que nuestro país ha conseguido y de las posibilidades que ofrece la llegada de los nuevos canales de comunicación, desde la Televisión Digital Terrestre hasta Internet. Sabéis que yo mismo, desde el cargo que desempeño, he adoptado un compromiso firme, extensible al Gobierno entero, con una mayor libertad, más y mejor competencia, y más calidad en los medios de comunicación. Sé que vosotros también estáis haciendo un enorme esfuerzo ético y comercial y, por ello, os pido que sigáis en esa línea de trabajo, sin bajar la guardia ni coger atajos.

Pero dejadme, para terminar mi intervención y clausurar estas jornadas, que incida sobre los factores que creo van a marcar el paso en nuestra marcha conjunta:

En primer lugar, creo que son fundamentales la comprensión y el entendimiento. La comprensión y el entendimiento porque serán buenos anunciantes aquellos que sepan entender que dependen de una sociedad cambiante, que está sometida a unos procesos de cambio específicos. La multiplicidad de soportes; la fragmentación de las audiencias; las nuevas vías de contacto entre medios, marcas y consumidores; los nuevos formatos publicitarios audiovisuales; una nueva manera de producción audiovisual, etc. Si entendemos el cambio podremos ser artífices y partícipes de él.

En segundo lugar, el diálogo como único camino y las buenas intenciones y el respeto como vehículos que nos llevan por ese camino.

Por último, aunque no por ello menos importante, una legislación proporcional y justa será imprescindible para que todos los esfuerzos se vean recompensados. De nada sirve lo que os he dicho hasta ahora sin un marco legal de referencia que sirva para incentivar y dinamizar en lugar de desmotivar y ralentizar nuestra labor. Ya se han dado pasos, pero queda mucho.

En efecto, sabéis que se encuentra en vigor la Ley de Publicidad y Comunicación Institucional, que va a evitar el autobombo, el despilfarro y la deslealtad entre administraciones en las campañas de publicidad y de comunicación de la Administración General del Estado. Una Ley que permitirá la paralización de las campañas que tienen como objetivo único el elogio de la acción del Gobierno, sin ninguna utilidad para los ciudadanos.

También conocéis que el Gobierno ha preparado una Ley General Audiovisual que incidirá sobre el conjunto del sector, garantizando su seguridad jurídica, el establecimiento de unas reglas del juego transparentes y equitativas, y la adaptación al nuevo entorno tecnológico; una Ley que responderá a las aspiraciones del sector y a los intereses y preocupaciones de los ciudadanos. Esta Ley General, moderna y necesaria, entre otras cuestiones garantizará que la participación de las televisiones públicas en el mercado publicitario se rija por el principio de transparencia y evite los

comportamientos que pudieran afectar indebidamente a la competencia en el mercado.

El Gobierno también está impulsando una Ley de RTVE y, separadamente, un Plan de Saneamiento del Ente público que deberían conducirnos hacia una mayor calidad en la comunicación comercial en los medios de titularidad pública. Me gustaría además mencionar que la Ley Orgánica de Medidas la Violencia de Género, que fue aprobada por unanimidad, prevé limitaciones a la publicidad sexista. Incluso hemos creado el Premio Institucional Mujer y Publicidad "*Crea Igualdad*" del que pronto se dará a conocer el ganador. Os pido, por tanto, que asumáis la responsabilidad como anunciantes de construir una sociedad más justa que destierre comportamientos discriminatorios tanto en cuestiones de género, como de raza o creencia religiosa.

Si me permitís decirlo, para dar una vez en el clavo hay que dar diez veces en la herradura. Por ello, debemos trabajar todos, pero os anticipo que podéis contar con mi incondicional apoyo y con línea abierta, permanente y directa con la Secretaría de Estado de Comunicación.

Hagamos que las cosas ocurran. Decía Don Miguel de Unamuno que "*el progreso consiste en el cambio*". Ahora depende de todos progresar.

Gracias