



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

FUNDAMENTOS

Si algo caracteriza a estos tiempos de postrimerías de siglo, además de la economía de mercado, el neoliberalismo y la desocupación, es la violencia que se traduce, de manera irrefrenable y muchas veces gratuita, en diversos medios de comunicación social, en particular la televisión y el cine.

Sin embargo, debe señalarse que incluso revistas de difusión nacional, como Nuestra, que se distribuye semanalmente con las ediciones dominicales de una treinta de diarios del interior del país, ha caído en esa práctica que no contribuye, por cierto, ni a paliar dificultades cotidianas ni a construir una sociedad mejor.

Así, en la edición correspondiente a la semana del 21 al 27 de agosto publicó en la página once un aviso publicitario a todo color titulado "Es cerámica. No, es mármol. No, es cerámica,...", mediante el cual la empresa ILVA Cerámica promueve un nuevo modelo de piso.

Esa pieza gráfica tiene como ilustración predominante una fotografía tomada desde una perspectiva cenital donde aparecen dos jóvenes que se han dado muerte mutuamente utilizando armas blancas. La deducción es inmediata: se han herido en el fragor de la discusión por determinar el material con que han sido producidos los pisos.

Resultaría extenso y, peor aún, obvio, mencionar las opiniones de los expertos acerca de la generación de conductas violentas como consecuencia de la publicidad, en particular en niños y adolescentes, dado que no interpretan adecuadamente las diferencias entre la realidad, la ficción, el humor, las operaciones simbólicas o las figuras retóricas utilizadas para potenciar el mensaje.

En la actualidad, los especialistas destacan que las empresas utilizan, cada vez más, la publicidad de bien público, como forma de afianzar su imagen, con eficientes resultados comerciales e institucionales, de modo que la variedad y diversidad de recursos a los que se puede recurrir para promocionar un producto son casi inagotables.

En tal sentido, y conocido el talento y la capacidad creativa de los publicistas argentinos, resulta particularmente cuestionable la publicación de piezas publicitarias como la mencionada en revistas de interés general que penetran en miles de hogares del país.

Por ello:

AUTOR: Mariano R. Palomar

FIRMANTE: Juan M. Muñoz



*Legislatura de la Provincia
de Río Negro*

**LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE RIO NEGRO
COMUNICA**

Artículo 1°.- Al director de la Revista Nuestra, Emilio J. Grande, su desagrado por la incorporación de publicidad con imágenes de violencia explícita en su edición de la semana del 21 al 27 de agosto de 1998, que no condicen con el contenido general de esa revista de interés general.

Artículo 2°.- De forma.