

# MENTIDES PUBLICITÀRIES

Jordi Domingo Calabuig



La publicitat és sens dubte la tècnica més eficaç per a vendre un determinat producte. Quantes vegades hem comprat un detergent al supermercat simplement perquè ens sonava la seua marca i la seua olor a sabó de Marsella? Tot i que no sé vosaltres, però jo no puc lligar els records de la meua infància precisament al sabó de Marsella... Però quan la competència és ferotge les marques publicitàries afinen encara més el seu enginy per a arribar d'una manera més contundent a les nostres cases. Davant d'aquesta pressió sembla haver-hi dues opcions: ser un bon creatiu i fer una campanya publicitària que per la seua originalitat arribe a tothom, o bé, fer ús de la màxima "tot se val".

Darrerament he vist a la televisió alguns exemples espèrpendics del que es pot arribar a fer. I clar, com que el medi ambient ven actualment -el medi ambient de falla, és clar, no la veritable consciència mediambiental- doncs la publicitat televisiva en fa ús. Per exemple les dones preocupades pels efectes de l'edat poden comprar cremes amb "biosferes de colàgen". I pensar: allò de la biosfera ha de ser la conya, boletes de vida o alguna cosa pareguda. Evidentment des del punt

de vista biològic una biosfera de colàgen no és res. L'únic significat de biosfera es aquella part del nostre planeta on es concentra la vida, on estem els éssers vius. Com faran per a clavar tot això en un potet de crema? Clar que gastar un "rimel antigravetat" per a les pestanyes tampoc està gens malament. Si Newton alçara el cap!

També està entre els meus preferits el "balneari científic" de Marina d'Or. Cal reconèixer que allò de barrejar aigües amb salut i ciència és molt eficaç. Clar que jo que sempre he sigut molt ingenu pensava que la ciència era allò que feia evolucionar aquesta societat i que en realitat es preocupava de coses més serioses que de regular la temperatura d'una piscina, fer bombolletes o tirar pomelos en una banyera.

La Unió Europea ha començat a posar ordre en tot aquest assumpte i ha regulat per exemple la utilització de la paraula "bio". Com haureu vist totes les marques de iogurts, sucs, mescles insospitades de sucs i qui sap què, etc. estan substituint la paraula "bio" per qualsevol altra amb significat paregut. La paraula "bio" sortosament es reserva ara mateix per als esforços productors que fan cultius i produccions biològiques, sense ús d'insecticides ni fertilitzants de síntesi química. Esperem que en un futur pròxim la paraula "light" siga també regulada i la gent sapiga per fi que un pot de refresc "light" equival moltes vegades a empassar-se unes quantes cullerades de sucre.

Si es vol ser molt ingenu hom podria pensar que aquestes tècniques publicitàries són fruit de la ignorància i no pas de l'engany. En qualsevol cas ambdues situacions em semblen molt greus: la de la ignorància

per l'enorme difusió que tenen els missatges publicitaris amb la conseqüent assimilació del missatge per part de la població; la de l'engany per ser una mentida manipulada per uns pocs conxeadors de la veritat i que volen escampar la confusió conscientment.

Jo em pregunto si la publicitat que fa a la ràdio i televisió la Generalitat Valenciana amb el lema "Més clar que l'aigua" pertany a una o altra opció. La campanya està emmarcada en la batalla per l'aigua que s'està lliurant en aquest país amb el tema del transvasament de l'Ebre. Ens explica que en un any de sequera -com va ser l'any passat- el riu Ebre va vessar a la mar moltíssima aigua. Tanta que és ridícula la comparació amb el volum d'aigua que suposadament demanen els valencians i el seu govern -em referisc evidentment als valencians que volen fer PALS i camps de golf; a la resta ni ens han preguntat. Davant d'aquesta informació cal preguntar-se: és que la Generalitat no sap que l'aigua que llancen els rius a la mar són fonamentals per a mantenir l'equilibri biològic del nostre litoral i dels ecosistemes marins? que les pesqueres i l'economia de bona part de la franja litoral mediterrània depenen d'aquest equilibri? que el Delta de l'Ebre, un dels únics exemples de tota la Mediterrània occidental d'un fenomen geogràfic tan espectacular, depèn de l'arribada d'aigua i sediments a la desembocadura? i que ja fa dècades que està en procés de desintegració? que el fet de que no arribe aigua i sediments a la mar fa que la costa entre en regressió i que es perden franges de terra amb un valor econòmic incalculable?

Què penseu: ignorància o engany? Jo encara no he decidit quina de les dues opcions em sembla més greu.

Jarri  
Fotògraf

- Fotografia social.  
(reportatges de boda, bateig, comunió, estudi, festes...)
- Fotos carnet.

c/ Castelló 35  
Les Coves de Vinroma  
tel. 964426310



SABATERIA I REGALS

JENNY



C/ Castelló, 10 - Tel. 690 134 396  
COVES DE VINROMA 12690 Castelló