



El comercio del sexo

La gran mayoría de los países integrados en la Asociación Internacional de Publicidad rechazan determinados mensajes publicitarios que en España, en cambio, y contra el parecer de muchos mortales, se dan en abundancia. Por ejemplo, las que emplean como re-

curso único las imágenes eróticas y pornográficas.

Utilizar tales medios resulta una evidente complicidad con el mal. Una cooperación con el mismo. No es lícito contribuir en la elaboración de aquellos mensajes publicitarios, aunque esta afirmación sea políticamente incorrecta, que vulneren las normas elementales de convivencia ciudadana. hieran la sensibilidad del receptor o violen los derechos humanos de la persona. Sin embargo los rotativos de más difusión de España publican, en su sección de anuncios clasificados, burdeles y prostíbulos con imágenes de mujeres desnudas y textos aberrantes. El Instituto de la Mujer, tan eficiente contra las campañas publicitarias de productos, no ordena la retirada de estos anuncios insertados de la prensa diaria de audiencia nacional. Se debería aplicar la misma contundencia con todo tipo de pornografía. Pero.. el cuarto poder es intocable.

Clemente Ferrer Roselló / Madrid