

7- Enero
1981

lo encuentra en TV

Campañas de la SSA

por Guillermo TENORIO 7/1/81

La Secretaría de Salubridad y Asistencia es una de las pocas dependencias oficiales que aprovechan la TV para enviar mensajes con pretensiones educativas, es decir, para influir positivamente en los hábitos del teleauditorio.

Efectivamente, la SSA —durante el actual gobierno— ha realizado varias campañas bien intencionadas; a la de planificación familiar, por ejemplo, se le sumó la de vacunación, otra para prevenir enfermedades en las vías respiratorias y una más sobre alimentos.

Pero se han dado casos en donde los mensajes, en cuanto a calidad, están divorciados de los objetivos perseguidos por la SSA; forma, contenido e intención no siempre se integran para lograr el efecto educativo deseado.

En el caso de las vacunas —para ilustrar lo anterior—, se insistía en que la aplicación del medicamento preventivo era responsabilidad de los padres y que si a ellos se les olvidaba vacunar a sus hijos, éstos jamás lo olvidarían. El “jamás lo olvidarían” iba acompañado con la imagen de un niño lisiado.

Quienes realizaron el aludido spot televisivo de las vacunas trataron de ser efectivos mediante el recurso de manipular a los padres con el peligro de que los niños sufran lesiones irreversibles; pero se les pasó la mano, pues muchas personas que ahora están lisiadas a causa de diversas enfermedades no precisamente tuvieron o tienen padres irresponsables.

Sin embargo, gracias al spot referido habrá quienes compadezcan a los minusvalados porque sus padres no tuvieron la precaución de vacunarlos y llevar los registros en la cartilla correspondiente.

Los mensajes más recientes de la SSA, por otra parte, acusan un cambio sustancial en su realización; se olvidaron de los modelos humanos y acudieron a las técnicas del guiñol, perfeccionadas por Jim Henson, el de los **muppets**; sólo que las marionetas al servicio de la SSA carecen de ingenio y la originalidad que maneja el citado muppetero inglés Jim Henson.

Como un experimento comunicativo se admite que la SSA intente educar al público mediante el uso de marionetas, pero de ahí a que los títeres en cuestión sean lo idóneo para influir en el teleauditorio es discutible, especialmente, cuando otros organismos —como el Instituto Nacional del Consumidor— abusaron ya de este recurso y gastaron lo novedoso que alguna vez fueron las marionetas en la TV.

NUEVAMENTE VITAMINAS

Por lo anterior y otras implicaciones, merece especial atención el mensaje de la SSA a través del cual se intenta decir a los televidentes que las vitaminas se encuentran en determinados alimentos de origen vegetal y no en las farmacias.

Para decir esto se acude a una serie de truculencias que, lejos de facilitar la captación del mensaje, oscurecen la idea y confunden al eventual receptor del mismo, pues la comunicación se pretende hacer por medio de unas canastas y verduras antropomorfizadas, las cuales hablan y cantan como si fueran parte de una película de terror; en conjunto, verduras y canastas ni siquiera forman una estructura visual agradable o impactante para el telespectador.

Aquí surge obligadamente la duda respecto a quiénes dirige la SSA su propaganda; por lo visto en estos días, los realizadores involucrados en los multialudidos mensajes toman a los televidentes como si fueran una especie de fronterizos o individuos afectados intelectualmente.

Total, si por sentimientos de culpa, derivados de que la SSA permite tanto anuncio —malo, molesto e ilegal— del producto llamado **Vidaminas**, es necesario informar a los televidentes respecto a que es preferible vitaminarse a través de una adecuada alimentación y no gastarse el dinero en “medicamentos” agresivamente anunciados en la TV; entonces —dada la necesidad—, por qué mejor no abordar el problema en forma directa y, sin rebuscamientos, decirle al público lo riesgoso que es autorrecetarse vitaminas.

Y mejor sería que la SSA cumpliera e hiciera cumplir lo previsto en el Reglamento de Publicidad para Alimentos, Bebidas y Medicamentos; con ello sí resultarán beneficiados los sectores mayoritarios de nuestra población.