



La televisión alemana prohíbe los anuncios durante los festivos

JOSÉ PABLO JOFRÉ BERLÍN

El primer spot publicitario en aparecer en una televisión pública alemana fue del detergente Persil en 1956: desde entonces, las cadenas públicas alemanas ARD y ZDF se financian en parte a través de publicidad, aunque la mayoría de su presupuesto proviene del bolsillo de los contribuyentes, por lo que debe mantener su absoluta independencia.

Según los datos disponibles de 2003, ARD recibió 141,13 millones de euros por concepto de publicidad, mientras que ZDF obtuvo 111,23 millones. La publicidad en televisiones públicas puede emitirse solo de lunes a sábado antes de las ocho de la tarde y un máximo de veinte minutos por hora.

En el caso de las películas, la interrupción solo puede ocurrir una vez por emisión. La prohibición de emitir comunicaciones comerciales en las televisiones públicas alemanas es total durante los domingos y festivos.

