

Publicidad

Las restricciones legales a la actividad publicitaria en la mayoría de países occidentales preocupan a los profesionales del sector. Por un lado, la esforzada defensa de los valores de la economía de mercado sustentada por los países occidentales, y por otro, el estable-

cimiento de limitaciones y restricciones de que viene siendo objeto la comunicación publicitaria. La publicidad está siendo atacada. Y es preciso defenderla por una serie de razones muy concretas: en primer lugar, con el fin de proteger la libertad de expresión que tienen las instituciones y los profesionales del sector publicitario. Y en segundo término, porque la actividad publicitaria supone la protección de la libertad de elección que tienen los consumidores en una economía libre de mercado. Por lo tanto, la libertad de expresión, la libertad de empresa y la libertad de mercado son pilares básicos para otras libertades. Y son necesarios todos los esfuerzos para proteger a la publicidad ante las amenazas al quehacer publicitario.

Clemente Ferrer Roselló
Madrid