

[OCIO Y TELEVISIÓN](#)

## El nuevo timo de las televisiones: la subasta inversa

[@J. M. Fdez. - 09/03/2009 12:23h](#)[Deja tu comentario \(1\)](#)

Las televisiones ya no saben qué inventar para hacer negocio. La crisis está afectando a todos por igual y las cadenas necesitan nuevas fórmulas para aumentar sus beneficios... aunque sea a costa del miedo del ciudadano a esa maldita palabra.

Conscientes de la inocencia, ingenuidad, derrochismo, avaricia, o incluso ludopatía del ciudadano de a pie de calle, los publicitarios han hallado un nuevo invento para salvar las 'tristes' cuentas de las cadenas: **las subastas inversas**, *un sistema de pujas televisadas donde gana quien realiza la oferta más baja, siempre y cuando no esté repetida la cifra.*

Vamos, un invento basado en la historia: aprovecharse del miedo para obtener beneficio, un 'Robin Hood' a la inversa, 'robar' a los pobres para dárselo a los ricos.

Y ese invento es tan sencillo que los publicitarios no habrán tenido que estrujarse mucho los sesos: si todo el mundo tiene móvil (y le encanta utilizarlo y gastar y gastar) y ve la televisión, pues qué mejor que inventar un concurso televisado donde se gasten el dinero en algo imposible de ganar.

¿Los beneficios? Según estimaciones, el nuevo engañabobos podría llegar a generar hasta 15 millones de euros al año en ingresos.

### Un poco de historia

Este tipo de subastas nació hace unos tres años en Escandinavia, y visto su éxito, las cadenas nacionales han decidido apostar por el formato. El más conocido el de Antena 3, *Rico al instante*. Ramón García ofrece un premio, pongamos como ejemplo 600.000 euros, y el 'avisado' que ofrezca la oferta más baja sin que se repita, se lo lleva.

"Un estudiante se llevó una casa por 160 euros. Un jubilado ganó un coche por 0,56 euros", rezan los anuncios de este tipo de programas. Algo goloso, ¿verdad?

Y por si fuera poco, una vez que mandas un mensaje a estos programas, la operadora no te deja tranquilo. "Si no envías un SMS no sabrás si podrías haber ganado un millón de euros"; y así hasta el bombardeo de 20 mensajes en diez días. Una presión psicológica de la que muchos ludópatas no logran escapar.

Por eso las asociaciones de consumidores y el blog [Tencuidado](#) advierten a los usuarios y les recuerdan: "¡en este mismo instante, alguien está intentando tomarte el pelo!".