

ATACAR A LA PUBLICIDAD CON PUBLICIDAD, ¿SOLUCIÓN EFECTIVA?

Santiago Moreno Rodríguez

Atacar a la publicidad con publicidad, eso es lo que recientemente ha hecho Brandalism, una red de artistas contra el consumismo que en este caso han decidido hacer un llamado a la ética que se maneja al interior de las agencias publicitarias más renombradas a nivel mundial. Las piezas estuvieron ubicadas en las principales ciudades de Reino Unido el 25 de marzo de 2016 y con ocasión del día internacional contra la publicidad.

En primera instancia, el simple hecho de que un movimiento anti publicitario se valga de los medios tradicionales, en este caso los eucoles, es señal de que el interior de dichos movimientos se ha creado conciencia en torno al poder que realmente tiene la publicidad. Es más, Brandalism está conformado en gran medida por personas que antes pertenecían al mundo publicitario tradicional y que al evidenciar como los fines económicos priman sobre los humanos decidieron buscar otras oportunidades para trabajar en lo que aman de manera consciente.

Tomando esto en cuenta, ¿es realmente viable el atacar a la publicidad con sus propios medios? En mi opinión, sí. No hay mejor manera de llegarles a los publicistas que mediante la publicidad. Y es que esta organización no trata de sensibilizar a los consumidores, trata de sensibilizar a quienes en realidad tienen el poder moral y la responsabilidad, los publicistas. La industria publicitaria tiene tanto impacto en los dedos y hábitos de la gente que debe crearse una reflexión en torno a la dirección que tienen sus prácticas. Debe crearse en el publicista la conciencia de que la responsabilidad social no es besar negros, y que el hambre de las grandes marcas no va a acusar hasta que no hayan consumido todos los recursos que nos brinda la naturaleza.

La educación al consumidor y al publicista se hace determinante para afrontar todos los cambios que tenemos por delante. El utilizar las habilidades de los publicitarios no para vender más, sino para hacer más.

“...NO HAY MEJOR
MANERA DE
LLEGARLES A LOS
PUBLICISTAS QUE
MEDIANTE LA
PUBLICIDAD.
...”

El hacer frente a temas como el cambio climático y la desigualdad social es en mi opinión el futuro de la publicidad. ¿Por qué pienso eso? Básicamente, el ritmo productivo y consumista que tiene nuestra sociedad actualmente no nos permitirá vivir más de 40 años siguiendo la misma línea de extracción- producción- consumo. Si dicho dato se llega a cumplir, ¿Qué les espera a los publicistas que están en la academia u no han saludado al mundo laboral? Realmente les espera un panorama problemático, en el que la reglamentación y la falta de credibilidad por parte de los consumidores será el pan de cada día. Y después de que todas las problemáticas que ha venido siendo ocultadas por años sean evidentes. ¿Quién va a querer haciendo parte del problema?

En conclusión, hay que arrebatarle los medios a las grandes industrias publicitarias, esas mismas que tienen en su poder a la mayoría de las agencias a nivel mundial y controlan el producir comunicación responsable es una de las mejores alternativas tanto para ellos (activistas) como para nosotros (publicistas). El intercambio de habilidades de ambos puede realmente cambiar la dirección a la que la ley del mercado nos lleva y finalmente hace de la publicidad algo más humana.