

Publicidad y ética . Por Cristina Calderón Pino, Académica Publicidad Universidad Andrés Bello, Concepción

lunes, 27 de mayo de 2024, Fuente: G5 Noticia



Existen instancias que norman, fiscalizan e incluso sancionan las prácticas publicitarias, cuando éstas atentan contra la ética, pero ¿A qué tipo de ética nos referimos? ¿Es realmente necesario un ente que mantenga bajo la mirada el actuar de un profesional del mundo publicitario?

En tiempos donde el bien y el mal pueden relativizarse, pareciera que el "todo vale" impera incluso cuando promocionamos un producto, bien o servicio. El fin podría holgadamente justificar los medios, bajo la óptica del exitismo a costa de lo que sea. No obstante, participamos igualmente de un momento histórico en donde, más que nunca, nos encontramos expuestos al repudio social cuando otra subjetividad se declara transgredida o invadida en su dignidad, por algún mensaje o material audiovisual que, buscando causar conmoción, concluye afectando la emocionalidad de algún individuo.

Entonces, los creativos de hoy en día, parecieran pisar sobre un terreno poco claro, respecto a lo lícito o ilícito, moral o inmoral de su actuar profesional; pues no solo existen normas que respetar, sino también deben responder a las subjetividades que, por su naturaleza, resultan inabarcables.

El mal se comete por ignorancia, nos decía Platón; por tanto, podríamos pensar que quien incurre en un error, es producto del desconocimiento de una norma o cláusula. Es la ignorancia respecto al bien, lo que conduciría al mal. Pero ¿Es necesario educar en cuanto a lo que es debido? O más bien ¿Cada persona, con un criterio formado, estaría en condiciones de advertir la bondad o maldad de un acto, guiado esencialmente por la ley natural y su correcto uso de razón? Y en el caso del publicista, su trabajo ¿será evaluado según conoce o ignora una normativa que faculta o priva su labor? No está en condiciones de entregar un producto ¿bueno o malo, transgresor o respetuoso, sin necesidad de conocer una ley? ¿es mejor profesional el que actúa bajo los estándares exigidos, por miedo a la sanción? ¿No será acaso mejor profesional el que, aun cuando desconozca las normativas, leyes, decretos, etc. respeta la verdad y la dignidad humana? En términos más sencillos ¿puede considerarse buena persona y, por ende, buen profesional, sólo quien actúa dentro de los parámetros, por temor al castigo?

Y por otro lado ¿es posible encontrarnos con quienes, muy instruidos en las normativas, de todos modos, atentan contra la éstas y las transgreden? Podríamos apelar, entonces a que, independiente del grado de conocimiento que un publicista puede tener respecto a una normativa, será más relevante, al momento de elaborar un material publicitario, la calidad ética que éste representa. Pero ¿Cualquier ética? De momento una ética basada en virtudes, como nos enseñará Aristóteles, donde el foco se mantenga orientado a procurar el máximo bien del otro y el fin nunca justifique los medios; sin importar si existe castigo o recompensa de por medio.

Operar dentro de las normas es un imperativo moral, que representa al individuo más allá de lo que la ley pueda dictaminar, o que una censura popular pueda amedrentar. Pero obrar conforme a lo que es debido, por el simple placer de hacer el bien, posibilita que, incluso desconociendo la ley, esta se respete. Nos encontramos, en este último caso, con un profesional de excelencia.