

Universidad de las Américas

Escuela de Comunicaciones

Ética, deontología y legislación publicitaria

Ensayo sobre ética profesional

de la actividad publicitaria.

Cátedra I

La ética profesional es un conjunto de principios, valores y normas que indican como debe comportarse un profesional para que su ejercicio sea considerado digno. Por otra parte debemos considerar que la ética también tiene que ver con la parte interior del ser humano, o sea, los valores que internamente todos tenemos y la voz interna que nos dice si algo es correcto o no y nos fortalece o degrada como personas. La ética se aplica en todas las áreas de nuestra vida y en todas las actividades a realizar por el ser humano, la política, por ejemplo, podríamos considerarla en su más pura expresión como comunicación y para que esta comunicación y cualquiera sea considerada ética debiera cumplir con aquellas normas básicas que constituyen la ética. Estas son, a grandes rasgos, dos. La primera es no abusar nunca de las personas, especialmente de los más desvalidos como los niños, luego esta el terreno de la veracidad de la comunicación que nos dice que al entregar información debemos ser consientes y no mentir.

Para regular en la sociedad la ética de los profesionales, a lo largo de la historia han existido una serie de agrupaciones de personas encargadas de organizar, agrupar, conseguir derechos profesionales, dependiendo del caso. En el siglo XVI durante la revolución Francesa surgen los primeros Colegios profesionales como tales que se preocupaban de involucrarse en lo público, buscar derechos profesionales y aportar para la construcción de una sociedad mejor, más adelante hacia el siglo XIX los colegios intervienen además en la formación curricular de sus profesionales y en el control de su ética.

Lamentablemente para algunos y como un avance en modernidad en cuanto a legislación se trata para otros, aproximadamente el año 1978 se dictó como decreto de ley el principio de libertad de asociación, con el cual no se puede obligar a un profesional a pertenecer a un colegio. Por esto los profesionales comenzaron a desligarse de sus colegios, ya que, aparte de no ser obligatorio, estos no les ofrecen derechos profesionales, sólo regularlos éticamente. Se plantea entonces el problema de buscar a través de una legislación una excepción para establecer una limitación o precisar la libertad de asociación. Es muy importante para algunas personas que todos los profesionales estén asociados a un colegio y que exista un sólo colegio por profesión, ya que se cree firmemente que los profesionales necesitan orientación y apoyo en determinados momentos. Si no tienen un colegio que los regule, ampare y apoye, en donde puedan exigir frente a una sociedad, no se desarrollan plenamente como profesionales.

La Autorregulación consiste en regularse a sí mismo, poner mis propias normas y valores que me guiarán en mi propia actividad profesional. Juzgar a mis pares y ser juzgada por los mismos. Bajo esta idea se enmarca el código Chileno de Autorregulación de ética publicitaria, el cual es aplicado por la CONAR (consejo nacional de autorregulación). Sobre la práctica de la autorregulación existen opiniones diversas, pero la generalidad aún no cree en esto de autorregularse, las personas sienten aún que deben tener la presión de algo superior a ellos mismos para regular su conducta, es más, se tiene la idea de que esto de la autorregulación es algo lindo pero que en la práctica no funciona.

La actividad publicitaria en Chile forma parte de una gran cadena para el desarrollo del país y es muy

importante para este. Al ser esta una profesión en que sus profesionales son de muy bajo perfil muchas veces se piensa que esta actividad tiene relevancia sólo para las empresas que quieren vender cosas o para mantener informado al consumidor. Es por esto que la ética de un publicista es muy importante desde el momento de su formación, ya que, no solamente por ser publicista debe ser ético sino que por el sólo hecho de ser joven y comenzar una vida se debería formar éticamente una buena base para no perderla en el camino. La ética en la formación profesional no se hace necesaria dictarla como tal, si no que se puede ir enseñando indirectamente, a través de ejemplos en clases y en la vida misma, en los pasillos junto a los alumnos, en cualquier parte. De una forma u otra se hace fundamental considerar directa o indirectamente valores éticos en la formación de un publicista o de cualquier profesional. Sin embargo y a pesar de lo recién expuesto existe otra visión acerca de la importancia de la regulación ética de la publicidad, está mira la ética publicitaria como algo inútil y que va en contra de una creatividad sin restricciones. Una creatividad ética es algo no rompe tus principios, por lo tanto, al vender un producto que va en contra de estos no podría el resultado creativo ser eficiente para la venta del mismo.

Personalmente...

Creemos que una formación ética en los profesionales es fundamental, en nosotras mismas como profesionales, en nuestros compañeros y en los profesores que nos forman. Sin ésta no podríamos compartir muchas veces experiencias y tener un parámetro de referencia frente a situaciones que nos aporaleman y confunden. La ética no tiene porque verse, solamente como un conjunto de normas y valores, sino también como una forma de enfrentarse a la vida, quizás teniendo claras ciertas normas y valores de estos.

Con respecto a la autorregulación creemos que es una iniciativa sorprendentemente buena pero a la vez desapegada a las cosas que se hacen en nuestro país, quizás por eso es que se tiende a malinterpretar y a desconfiar de esta regulación a uno mismo y sus pares. En Chile, a la autorregulación le falta mucho camino por recorrer, aunque es un camino que encontramos sumamente interesante, a la gente aquí le falta madurez y confianza en si mismo y en que puede ser capaz de vivir sin una orden superior que lo regule y limite. Es más difícil cuando no te ponen reglas establecidas lograr el orden, he ahí entonces el desafío que creemos si se logra, se tiene como resultado una gran satisfacción.

A través del siguiente ensayo haremos un pequeño recorrido a través de lo que es la ética desde diferentes puntos de vistas, el verdadero poder que tienen los colegios profesionales sobre estos mismos, como funciona la autorregulación en Chile. Más adelante destacamos la importancia real de la actividad publicitaria en Chile, así mismo como planteamos el real valor que existe al formar un profesional éticamente. Concluimos con una opinión personal sobre lo que nos atrajo y pareció relevante destacar.

Preámbulo