

Campañas de publicidad; blasfema, engañosa, sexual y encubierta

La imagen de la Virgen María en la fuente de cristal de "The Old Casino", en Hamburgo, solloza por la actitud de la Iglesia Católica sobre el uso de los condones, con motivo del Día Mundial del Sida, que se celebra el 1 de diciembre. Campaña de publicidad blasfema difundida por la fundación Jugend gegen Aids a través de Facebook. Los creativos que han diseñado esta campaña de publicidad han perdido el norte. Para ellos el fin justifica los medios y esto nunca será así. La blasfemia es el arma de los cobardes. No se han mofado de una fe. Se han reído de una mujer, madre de Jesús, que para más de mil millones de creyentes, al mismo tiempo, es Dios.

www.jugend-gegen-aids.de

La empresa de telefonía Phones4U tiene tristes a los anglosajones por su nuevo spot, rodado en un parking subterráneo y en el que aparece una chiquilla acosando a una mujer hasta que logra introducirse en su vehículo y es aquí cuando la cría aparece apoyada en la ventana del vehículo. El slogan es "Perderte nuestras ofertas te perseguirá", unas palabras que han calado entre los británicos. Más de 350 protestas ha recibido el instituto de control audiovisual británico, ASA. En esta campaña se muestra el terror de una madre perseguida por una niña. Un mal ejemplo de violencia hacia los progenitores por parte de los hijos. www.phones4u.co.uk

Por otra parte, Power Balance, fabricante de pulseras que optimizan el equilibrio y la facultad física de los deportistas, pasa por un momento difícil. Varios medios internacionales, entre ellos TMZ y Daily News, aseveran que la firma tendrá que indemnizar 57 millones de dólares a los clientes que demandaron a la casa por difundir publicidad engañosa. No hay certeza científica de que las pulseras regeneren el equilibrio y la fuerza. Las Leyes sobre Publicidad protegen a los consumidores de los anuncios engañosos. Pero es necesario hacer una llamada de atención ética a la publicidad. No vale todo con el fin de vender. El hombre y su profunda dimensión humana, debe superar la alocada carrera publicitaria. www.powerbalance.com

Un anuncio de la marca Prada ha sido retirado por exponer a la adolescente actriz de 14 años, Hailee Steinfeld, que aparece en la película True Grit, en una actitud arriesgada para su vida. La campaña exponía a Steinfeld sentada en unas vías del tren y muy triste. La autoridad británica que regula los contenidos publicitarios, la ASA, abrió una indagación para precisar en qué sentido el anuncio irresponsable por mostrar a una niña en un lugar nada seguro. www.prada.com

Por último, Jennifer López está siendo despellejada porque le ha dado una nueva dimensión a la publicidad encubierta. La cantante se exhibió en la escena conduciendo un Fiat, el mismo modelo que en los spots emitidos en todos los canales, durante la entrega de los American Music Awards.

www.fiat.es www.marketingdirecto.com

Clemente Ferrer
clementeferrer3@gmail.com

