

Hora de Balance



Para cualquiera, cumplir 50 años es motivo de celebración, pero también puede ser un momento apropiado para realizar un balance sobre lo vivido y las metas alcanzadas.

Anda nació en 1964, por iniciativa de un grupo de pioneros para representar y agrupar a los actores de la comunicación comercial.

Entre los fines de la naciente asociación gremial destacaba, junto con promover los lazos de solidaridad entre sus miembros, todos anunciantes, el anhelo de promover los valores esenciales de la comunicación comercial. Más concretamente, contribuir a mantener la ética profesional en el uso de la publicidad, a fin de que las comunicaciones reúnan condiciones de veracidad e integridad, protegiendo de esta forma al consumidor.

No resulta extraño entonces que, hace 26 años, haya sido Anda la entusiasta precursora, junto a la Achap primero y, más tarde, a las demás asociaciones gremiales relacionadas con la actividad publicitaria, del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (Conar), entidad creada para servir como instrumento fundamental en la preserva-

ción de la libertad de expresión comercial, al coadyuvar a que la comunicación publicitaria se desarrolle responsablemente y enmarcada en las normas y principios consagrados en el Código Chileno de Ética Publicitaria, respetando y promoviendo los derechos de los consumidores, velando por la sana competencia y promoviendo el principio de autorregulación.

Así, Anda cumple con el propósito fundacional de promover, a través de los acuerdos y recomendaciones del Conar, que los mensajes publicitarios cumplan con los principios de legalidad, honestidad, decencia, veracidad y las normas éticas de un código de conducta esencialmente dinámico, que está en constante revisión para adecuarse a las necesidades que impone una sociedad en permanente evolución en cuanto a sus percepciones, convicciones y apreciaciones valóricas.

Es el momento entonces de reconocer a aquellos visionarios pioneros encabezados por Manuel Labra Labbé, quienes hace ya 50 años y en el contexto de una actividad publicitaria apenas emergente, pusieron en marcha una organización proyectada al futuro que hoy es presente. A ellos les siguieron años más tarde otros personeros, altos dirigentes de Anda como sus ex Presidentes Carlos Gayani, Ernesto Labatut, Pedro Pablo Díaz Alfonso Pérez, Carlos Plass y Mario Davis, quienes junto a José María Guridi y muchos otros, abrazaron con pasión la causa de la autorregulación y han sido, hasta hoy, activos y entusiastas presidentes o directores del Conar.

El compromiso de sus directivos y asociados con la autorregulación publicitaria es una expresión más del espíritu de responsabilidad social que inspira a Anda.

Satisfacción pueden sentir los pioneros de Anda porque la industria publicitaria que ellos soñaron, creativa, ágil, eficaz y en constante perfeccionamiento, es hoy obra y propósito de muchos entusiastas seguidores de la causa de la libertad de expresión comercial, como valor intransable para garantizar, con proyección al futuro, una sociedad libre donde imperen los derechos en armonía con las obligaciones. Una publicidad orientada al bienestar del consumidor, que favorezca además la sana competencia. Una publicidad que adhiera a los valores de verdad, autocontrol y responsabilidad social para así construir puentes de confianza con los consumidores. **mum**