

The Coca – Cola Company

**Seminario de
Mediación Educativa
Santiago de Chile
Enero 2007**

La Contribución Valórica de la Publicidad en la Era de la Hiperinformatización





“La vida es un tráfago y los hogares están desarticulados: los valores han sido trastocados y hay que tener una visión holística de la vida: hay que rediseñar la estructura de la sociedad en su conjunto”.

Daniel Goleman- “La Inteligencia Emocional”

**¡Todos
coinciden
en que hemos
perdido la
capacidad de
asombro!**





**¿Y conocemos a
alguien que no tenga
teléfono celular?.**

**Ya hay 12.000.000
en Chile y somos
casi 16.000.000.**

**Vamos cada vez más
rápido hacia el futuro.**



El progreso tecnológico no sólo se está acelerando, sino, su propia aceleración se está acelerando. Se pronostica que en este siglo habrá tantos cambios tecnológicos como en los últimos 20.000 años y por eso, la gente no está con la gente. No se miran, no conversan con el otro, es decir, no nos estamos “reteniendo”.



Nuestras vidas están gobernadas por tres pantallas:

- **El televisor**
- **El computador**
- **El celular**

Y felizmente el papel sigue plenamente vigente.



**Y el “retentivo”
es un proceso
de valor que se
ha perdido
por la
rotación gigante
de las
personas.**



Por eso hay que aprender a “retener” y preocuparnos del ser humano, a través del amor y el diálogo, conceptos universales que nos tienen que cambiar las dinámicas de la comunicación humana.



**¿Y cómo a través de la
publicidad podemos
crear una imagen de
cultura y
comunicación?:
Recuperando la magia
Socrática
del diálogo con el
receptor de los
mensajes y a través
de los CONTENIDOS.**



“Contenido” es la palabra clave y según el creativo argentino Rodrigo Figueroa Reyes, pionero del “Advertainment”, la publicidad del futuro hará que el lugar natural de los anunciantes “sea el Contenido” y la Empresa de Comunicaciones del futuro una estructura de pensamiento ligada a la Responsabilidad Corporativa, el Entretenimiento y las Nuevas Tendencias de la Comunicación.

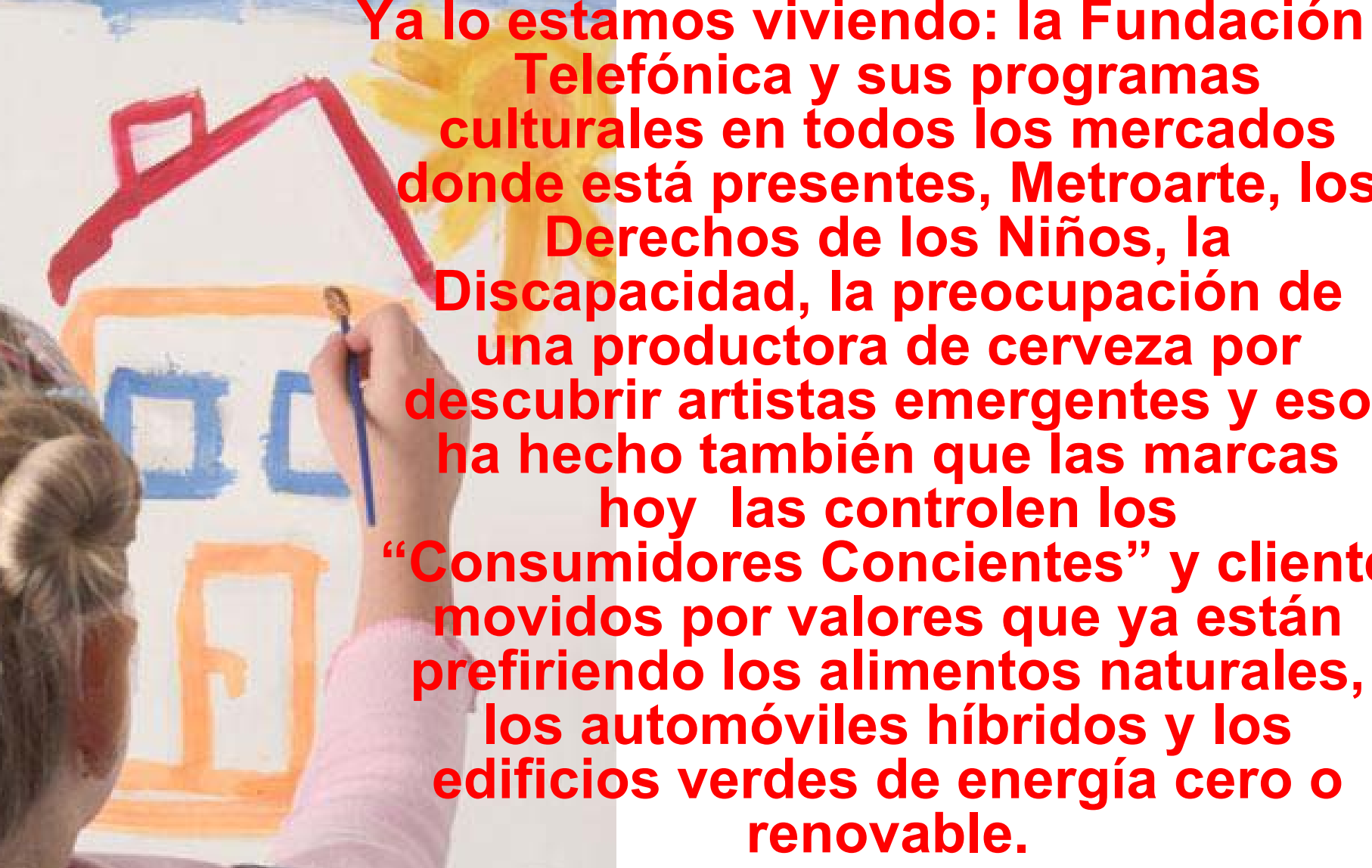


**Y la realidad es
absolutamente honesta**

**El mundo se ha
segmentado de tal manera
que a la gente ya no
la encontramos frente
a un televisor, sino, frente
a más de 600 canales, la
encontramos en la
calle, en un avión
y en todos los
momentos buenos
y malos de la vida.**



**Por eso, el factor
“retentivo” a
través
de los sentimientos
será la base de la
comunicación para
crear imágenes
de marca y también
para llegar a las
grandes “Minorías
Mayoritarias”.**



Ya lo estamos viviendo: la Fundación Telefónica y sus programas culturales en todos los mercados donde está presentes, Metroarte, los Derechos de los Niños, la Discapacidad, la preocupación de una productora de cerveza por descubrir artistas emergentes y eso ha hecho también que las marcas hoy las controlen los “Consumidores Concientes” y clientes movidos por valores que ya están prefiriendo los alimentos naturales, los automóviles híbridos y los edificios verdes de energía cero o renovable.



Los especialistas nos indican que los mensajes de comunicación comercial deberán interactuar con el receptor.

Tanto productos de consumo masivo, servicios y campañas de corte social y político, exigirán un proceso de comprensión que lleve a la reflexión.



**“Hoy más que
nunca
dependemos de
nosotros
mismos...y no
es teoría... está
ocurriendo
ahora”.**

Michael Goldhaker – “Revista Wired”



“Hay que aprender a retener, a cuidar lo que tenemos: hay que hacer ancla. La pertenencia, el sentido de pertenencia es algo que nos lleva a ser parte fundamental de un proyecto y para ser parte del proyecto hay que ser aportador y comprometido, hay que querer y quererse”

Pilar Sordo – “Viva la Diferencia”



**“¿Quién se preocupa?
¡Es mejor que te
preocupes tú!**

Jean Marie Dru – CEO TWA/Chiat Day USA



**“Hay que reinventarse
todos los días...**

**hay que tener sueños,
buscar posibilidades
totalmente nuevas,
imaginaciones
increíbles,
provocativas e
inspiradoras.**

**¡La edad para hacerlo,
es la que tienes
hoy!”**

Charles Saatchi – “Saatchi & Saatchi Advertising”

