

Publicidad digna

La campaña publicitaria 'No. Anorexia', que muestra a una esquelética mujer desnuda, acaba de prohibirse en Italia. Triste y enfadado está Oliviero Toscani, su creador. La noticia de la prohibición me llena de alegría. Como publicitario y como persona. La sentencia del supervisor, el Instituto Giuri, está llena de humanidad: «La publicidad debe respetar la dignidad del ser humano en todas sus formas». Principio que se saltan olímpicamente las vallas en las calles de Milán, Florencia o Roma. Las imágenes en gran formato de la francesa Isabelle Caro, que lleva años padeciendo la enfermedad, deberán retirarse en el transcurso de siete días de todas las ciudades italianas.

Las protestas contra el anuncio han sido numerosas. Desde la alcaldesa de Milán, Letizia Moratti, hasta el propietario de un café romano situado justo enfrente de uno de los carteles, que diariamente se quejaba de esa 'foto terrible'. La publicidad tiene muchos recursos para mostrar los peligros de la anorexia. Con su campaña, Toscani eligió el camino equivocado para llamar la atención sobre el sufrimiento de las personas que padecen anorexia.

Clemente Ferrer Roselló

Presidente del Instituto Europeo de Marketing, Comunicación y Publicidad. Madrid