

Fuente de Origen: El Periódico de la Publicidad

La ONCE reivindica el poder de la comunicación como motor de cambio

Con el título de “el poder de la comunicación para provocar el cambio social”, la fundación ONCE ha celebrado una sesión en la que tanto los directivos de la ONCE y su fundación como los creativos y publicitarios que han intervenido han coincidido en destacar la necesidad de que la discapacidad aparezca en la publicidad de una manera normalizada.



El encuentro, organizado en colaboración con la fundación Seres, el Club de Creativos y el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI) ha contado con la participación de representantes de diversas fundaciones y agencias.

Alberto Durán, vicepresidente ejecutivo de la fundación, puso sobre la mesa las quejas de los discapacitados, de los que considera que se habla poco y mal, y se utilizan estereotipos haciendo visibles sólo algunos tipos de discapacidad.

Por su parte, el presidente del Club de Creativos, Ezequiel Triviño, ha reconocido que los publicitarios se enfrentan a la ignorancia con respecto a cómo tratar a las personas con discapacidad y por ello considera que muchas veces se prescinde de ellas. A su juicio, la solución pasa por intensificar la colaboración con entidades como la ONCE y su Fundación con el objetivo de conseguir una mayor información sobre este tema.

Tras la intervención de directores creativos de diversas agencias, concluyó el debate el director de publicidad de la ONCE, Javier Nogal, quien ha recordado que en los últimos 28 años se han realizado más de 30 campañas de publicidad y 25 audiovisuales que han contribuido a dar un paso adelante y a articular un cambio social y modificar la percepción de la imagen de las personas con discapacidad.