

APPLE INVENTA EL I-WORLD: INCLUYE LA CIUDADANÍA COMPROMETIDA ENTRE SUS FUNCIONES.

## EL MEDIOAMBIENTALISMO MENTAL ALCANZA SUS OBJETIVOS

**La contrapublicidad alcanza dimensiones que se normalizan en la sociedad, como las medicinas**

Un ejemplo lo tenemos en Adbusters. Se trata de una revista fundada en 1989 por una pareja de directores de premiados documentales con residencia en Vancouver. Desde principios de los años ochenta, Lasn produjeron películas que exploraban las lecciones espirituales y culturales que Occidente podría aprender de la experiencia japonesa con el capitalismo. Experimentar satori, una palabra budista que indica un flash de iluminación intuitiva, se convirtió en un principio táctico esencial para el movimiento del sabotaje cultural.

En 1988 el Consejo de Columbia Británica de la industria forestal (la «voz» de la industria maderera) se enfrentaba a una gran presión política procedente de un movimiento medioambientalista en expansión. La industria maderera se defendió con una campaña publicitaria por televisión llamada «Forest Forever (Bosques para siempre)». Fue un ejemplo temprano de «lavado de imagen»: escenas con niños, trabajadores y animales felices narradas por una voz suave y honrada que aseguraba a la audiencia que la industria maderera estaba protegiendo los bosques.

Los cineastas estaban indignados ante el uso descarado de los medios de comunicación públicos con el fin de transmitir anuncios engañosos y anti-medioambientalistas. Reaccionaron produciendo el anti-anuncio «Talking Rainforest (Hablemos del bosque)» en el que

un longevo árbol explica a un tierno y joven tallo que «una plantación de árboles no es un bosque». Sin embargo, cuando los dos agueridos activistas acudieron a las mismas cadenas que habían difundido el anuncio de la industria maderera para emplear sus servicios recibieron un «no» por respuesta. Adbusters surgió a raíz de concienciarse de que los ciudadanos no tienen acceso a los mismos canales de información que las grandes empresas. Para Adbusters, la preocupación sobre los canales de información iba más allá del deseo de proteger la transparencia democrática, la libertad de expresión o el acceso público a los medios. Si bien todas estas causas merecen ser defendidas, para Adbusters la lucha mental es el eje principal de sus prioridades políticas. La lucha contra la publicidad que potencia el consumismo se realiza no como un medio para alcanzar un fin, sino como un fin en sí mismo. Este cambio en el énfasis es un elemento crucial para el medioambientalismo mental.

Si un principio clave del medioambientalismo afirma que las toxinas industriales pueden contaminar la realidad exterior o naturaleza, el principio clave del medioambientalismo mental arguye que las infotoxinas pueden contaminar nuestra realidad interior, nuestras mentes. Este movimiento establece una conexión entre la contaminación de nuestras mentes causada por mensajes comerciales y



Imagen de la revista Adbusters

las catástrofes sociales, ambientales, financieras y éticas que se avecinan para la humanidad. También defiende que los tres mil anuncios que asaltan nuestras mentes cada día son los responsables directos de un conjunto de fenómenos (como el derrame de petróleo causado por BP, el surgimiento de democracias corruptas y favoritistas, la extinción masiva de animales o el aumento notable de enfermedades mentales). En vez de tratar los síntomas y apresurarse a limpiar el petróleo de las playas o aprobar descafeinadas leyes de protección al medio ambiente, los medioambientalistas mentales atacan el problema de raíz: la industria publicitaria que alimenta el consumismo.

El medioambientalismo mental fue un movimiento incipiente que se ha convertido en la lucha social fundamental de nuestra era. Y ha llegado su momento...

<http://www.adbusters.org>

### MILES DE PUERTAS DE SOL EN TODO EL PLANETA

*Desde China hasta el África Subsahariana*

En miles de lugares del mundo hay personas acampadas, participando, compartiendo, proponiendo de una manera pacífica, aunque han recibido mucha violencia que....

[www.intermonoxfam.org](http://www.intermonoxfam.org)



Logo del Día Mundial sin Compras, que será el próximo 26 de Noviembre de 2011