

Festival “Creatividad lluvia” apela a beneficios de la publicidad

Por casi 10 horas se va a extender el festival “Creatividad lluvia” organizado por la carrera de Publicidad de la U. Andrés Bello, con el objetivo de hacer lo que llaman activismo creativo. Este apunta a utilizar la comunicación, el arte y las ideas para propiciar algún tipo de cambio social.

En esta línea, es que hoy, entre las 8:30 y 18 horas, el tema de conversación, en el Auditorio UNAB

será -precisamente- cómo las marcas pueden influir positivamente en los cambios sociales más urgentes en temas ambientales. “Hoy la creatividad tiene la capacidad de ser la chispa que enciende el cambio. Este festival es un llamado a repensar cómo las marcas pueden ser catalizadores de la sostenibilidad”, resumió Yusef Hadi, director de la carrera en la sede Concepción.

La idea explicó es llevar a militancia al terreno de los desafíos ambientales. “En este encuentro, la lluvia deja de ser sólo un fenómeno natural y se convierte en un símbolo de cómo las ideas pueden germinar y convertirse en soluciones concretas a los problemas del planeta”, apuntó.

La jornada contará con exposiciones de reconocidos profesionales del área que han de-

mostrado que “la sostenibilidad puede ser el motor que impulsa la innovación”.

Andrea Olivares, directora creativa de Agencia Social, abordará el concepto de Activismo Creativo, mientras que Loreto Aravena, jefa de comunicaciones de Arcos Dorados, se sumará con una reflexión sobre cómo McDonald’s ha integrado la sostenibilidad en su modelo de negocio, des-

de el abastecimiento responsable hasta la reducción de su huella de carbono.

La jornada, además, busca recoger el ejemplo de emprendedores sustentables Matías González y Nati Velasco, fundadores de T WAX Organic, y Emilio Hernández, CEO de Made Inn Conce, quien hablará sobre la capacidad de la creatividad local para transformar la ciudad.



Yusef Hadi apeló a la creatividad.