

Que el entusiasmo no nuble la ética



Señor Director:

En vísperas de las festividades dieciocheras, es fundamental resaltar la responsabilidad que tienen las marcas, al momento de comunicar alguna publicidad relacionada con el alcohol. En este periodo de celebración, es crucial recordar que la promoción de estas bebidas debe estar en los principios éticos que guían a la industria.



El Código de Ética Publicitaria que es regido por el Conar, menciona en su artículo 30, que las marcas tienen el compromiso de no estimular el consumo excesivo o irresponsable de alcohol, ni tampoco presentarla como un desafío de alcanzar cantidades elevadas. Según un estudio realizado por Cadem y Aprocor, en esta época su venta aumenta en hasta un 18%, lo que evidencia la importancia de cuidar la exposición que tienen estas publicidades ante menores de edad. En un momento en que las festividades pueden atraer a un público diverso, es crucial que todas las marcas se adhieran a estos principios y promuevan un consumo responsable para todos los segmentos.

Las mentes creativas tienen que tener en cuenta la importancia

que ejercen en la sociedad y cómo su comunicación puede ser un punto de inflexión en la toma de decisión. El respeto por la ética y responsabilidad hacia el consumidor son pilares fundamentales que deben guiar las acciones en la industria y es, en instancias como estas, que se debe demostrar nuestro profesionalismo.

Maribel Vidal

Directora Ejecutiva de Conar