

Declaración de ICAS, EASA y CONARED acerca de la importancia de la Publicidad Responsable y el COVID-19

Bruselas, 1 de abril de 2020: Este año enfrentamos una crisis internacional sin precedentes debido a la propagación del virus COVID-19. Junto con la tragedia humana, la economía mundial se ve gravemente afectada y los consumidores y las empresas en muchas industrias están sufriendo como resultado de este brote.

Innumerables compañías, incluidos los vendedores, las agencias de publicidad y los medios de comunicación, han sido extremadamente creativos y han apoyado a los gobiernos y a las personas en estos tiempos difíciles a través de anuncios de servicio público, proporcionando información, recursos gratuitos, productos y servicios, así como apoyo financiero. Aplaudimos estos esfuerzos.

Sin embargo, en todo el mundo, también estamos viendo mensajes comerciales que socavan los consejos de salud pública o explotan la ansiedad y el miedo de las personas. Estos anuncios perjudican la confianza en la información y la publicidad, afectan los principios de la competencia leal y, en algunos casos, ponen en peligro la salud pública. Ante esto, toda la membresía de nuestros organismos de autorregulación publicitaria, presente en más de 44 países, así como la industria publicitaria, condenan estas prácticas publicitarias y están tomando medidas contra ellas.

En este contexto, recordamos a quienes promueven productos y servicios a través de la comunicación comercial, que es imperioso en estos momentos:

- Anunciar responsablemente.
- Respetar las leyes y estándares publicitarios existentes.
- Ser sensibles a la susceptibilidad actual de las personas ante a las declaraciones de propiedades saludables y no explotarla a través de declaraciones engañosas o la venta de productos ineficaces o mal etiquetados;
- Asegurarse de que todos los beneficios que se difundan estén completamente fundamentados y especialmente cualquier propiedad que implique beneficios de salud expresos o implícitos;
- y de solicitar el consejo de expertos y autoridades cuando tengan duda sobre lo que es posible o no declarar acerca de un producto o servicio.

Los reguladores gubernamentales en muchas economías de todo el mundo han expresado su intención de lidiar duramente con publicidad engañosa y sin fundamento, que se realice en el contexto de la pandemia, a través de sanciones civiles y penales. Los miembros de ICAS, EASA y CONARED, usando sus procesos existentes, están dando alta prioridad a estos reclamos y pueden remitir a los anunciantes inconformes que se nieguen a enmendar o retirar sus anuncios, cuando sea necesario, a las autoridades para que se tomen las acciones legales conducentes.

Para obtener más información sobre los estándares globales de publicidad y la autorregulación publicitaria y dónde obtener asesoramiento específico, comuníquese con ICAS a info@icas.global
Para obtener información más específica sobre los estándares publicitarios europeos y dónde obtener asesoramiento, comuníquese con EASA en info@easa-alliance.org, para los casos relacionados con países de América Latina, comuníquese a conar@conar.org.mx

Acerca de ICAS

El Consejo Internacional para la Autorregulación Publicitaria (ICAS) es una plataforma global que promueve la autorregulación publicitaria efectiva. Los miembros de ICAS incluyen organismos de autorregulación y otras organizaciones nacionales, regionales e internacionales que trabajan para garantizar que las comunicaciones publicitarias y de marketing sean legales, honestas, veraces y respetuosas.

La misión de ICAS es intercambiar las mejores prácticas sobre autorregulación publicitaria y trabajar en soluciones comunes a los desafíos globales que enfrenta la industria publicitaria. ICAS también facilita el establecimiento de nuevos organismos de autorregulación en los mercados emergentes y promueve estos mecanismos, así como sus beneficios en todo el mundo.

Para obtener más información, comuníquese con ICAS en info@icas.global

Acerca de EASA

La European Advertising Standards Alliance (EASA) es la voz autorizada en temas de autorregulación publicitaria en Europa. Los miembros de EASA incluyen Organizaciones de Autorregulación Europea (SRO) y otros organismos de la industria que trabajan para garantizar que las comunicaciones publicitarias y de marketing sean legales, honestas, veraces y decentes.

La misión de EASA es promover la publicidad responsable a través de una autorregulación efectiva al proporcionar orientación detallada sobre el desarrollo y el establecimiento de sus mecanismos en beneficio de los consumidores y las empresas, establecer altos estándares operativos para los sistemas de autorregulación publicitaria y proporcionar un espacio para que el ecosistema publicitario trabaje en conjunto a nivel europeo para abordar desafíos comunes y asegurarse de que los estándares publicitarios estén preparados para el futuro.

Para obtener más información, póngase en contacto con EASA en info@easa-alliance.org

Acerca de CONARED

CONARED es una red informal de organismos de autorregulación en América Latina. Incluye a Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, El Salvador, México, Paraguay, Perú y Uruguay. La red no tiene una Secretaría permanente.

Su propósito es unificar criterios para la aplicación de códigos publicitarios y fomentar un enfoque regional a las prácticas de comunicación comercial para anunciantes, agencias de publicidad y medios de comunicación para garantizar la seguridad y la confianza del público.

Para obtener más información, póngase en contacto con su organismo local de autorregulación.