



Info Fundeps <info@fundeps.org>

At. Sres. FUNDEPS - Ref: Caso Be Marlboro

Consejo de Autorregulación Publicitaria - CONARP <info@conarp.org.ar>

9 de febrero de 2015, 13:30

Para: info@fundeps.org

CONSEJO DE AUTORREGULACION PUBLICITARIA

Buenos Aires, 5 de febrero de 2015

Fundación para el Desarrollo de Políticas Sustentables, FUNDEPS

Sr. César Edgardo Murúa, Presidente

Ref: Campaña "Be

Marlboro"

De nuestra consideración,

Nos dirigimos a ustedes con motivo del análisis del tema de referencia, solicitado por FUNDEPS.

Transcribimos a continuación los considerandos y resolución del Comité del CONARP de fecha 03/02/2015 sobre el caso:

"Analizados los argumentos expresados por las partes involucradas y considerando:

1. Que, objetivamente considerada y según lo señalado por los responsables, la campaña, protagonizada por modelos mayores de treinta años, está dirigida a mayores de edad;
2. Que, de acuerdo con las normas legales, la campaña se limita a su difusión en puntos de venta de productos de tabaco;
3. Que, no obstante ello, tanto en cuanto a las actividades que muestran sus imágenes, la propuesta de su apelación y el lenguaje utilizado, así como la combinación del imperativo y el signo utilizado en la ilustración al pie ("*Be>Marlboro*") la misma propone un mensaje que tiene relación con decisiones y actitudes que influyen en la formación de la identidad, siendo este tema particularmente sensible en los menores preadolescentes y adolescentes, en gran medida proclives a la emular a los mayores, tema de constante preocupación de la Organización Mundial de la Salud (*);
4. Que aunque el mensaje no esté dirigido a menores, al estar expuesto en puntos de venta (kioscos), no hay posibilidad de segmentar el público, por lo que puede ser vista por niños y jóvenes menores de 18 años (**);
5. Que la campaña finalizó en septiembre, aunque podría volver a implementarse en el futuro.

El Comité resuelve por unanimidad:

- Enviar un llamado de reflexión a los responsables para que la campaña no vuelva a ser difundida en el mercado local, en reconocimiento de la responsabilidad social que les compete como integrantes de la industria, por cuanto la comunicación podría llegar a tener efectos no deseados en menores de edad".

Saludamos a ustedes muy atentamente.

Por el CONARP,

Santiago Olivera

Fernando Hofmann

Secretario

Presidente

() Boletín de la Organización Mundial de la Salud 2010; 88:2-2. doi: 10.2471/BLT.09.069583: "Los niños están expuestos a una edad temprana a la promoción y el marketing del tabaco, un fenómeno generalizado a nivel mundial.[2] Existen pruebas sólidas de que el uso de imágenes y la publicidad de la industria del tabaco dan lugar al consumo y la dependencia del tabaco entre los niños."*

*(**) Código de Ética y Autorregulación Publicitaria*

• "Artículo 33º.- Toda publicidad deberá tener especial cuidado de la credulidad de los niños y la falta de experiencia de las personas jóvenes."

AAP - Sánchez de Bustamante 106 / C1173ABB / Buenos Aires

CAA - Carlos Pellegrini 635 / Piso 4 / C1009ABM / Buenos Aires

Tel: 5411 – 5252 – 6973 - E-mail: info@conarp.org.ar - Web: www.conarp.org.ar - Miembro de CONARED