
Comunicado de prensa

VI Foro Internacional sobre Autorregulación Publicitaria: “Logros y retos de la regulación publicitaria”

México, D. F.- mayo 13 de 2014. En la publicidad de productos dirigidos al público infantil, la autorregulación ha mostrado ser válida. De hecho, las autoridades en las reformas hechas al Reglamento de la Ley General de Salud en materia de publicidad, adoptaron algunos de los conceptos y normas autorregulatorias del Código PABI. Esta es la mejor muestra de que la autorregulación funciona, dijo el maestro José Luis Barros Horcasitas, presidente del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria, CONAR, al referirse al Sexto Foro Internacional sobre Autorregulación, Logros y Retos de la Publicidad Responsable que se realiza este día en el Restaurante del Lago.

Organizado por el Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR), el Foro fue inaugurado por la secretaria de Salud, la doctora Mercedes Juan, y cuenta con la participación de representantes de los organismos de autorregulación de Estados Unidos, Brasil, Chile, Argentina, El Salvador, Perú, quienes hablarán de la publicidad digital, creatividad responsable, y co regulación publicitaria, este último tema lo abordarán los titulares de COFEPRIS, PROFECO, INFETEL Y RTC.

Con tres conferencias magistrales, la primera estará a cargo de Guy Parker, presidente, European Advertising Standards Alliance organismo encargado de dictar la pauta internacional en materia de autorregulación, quien por primera vez en México dará una conferencia titulada Retos Actuales de la Autorregulación.

Laura Brett, Director de la National Advertising Division EUA presentará la conferencia, Veracidad en la comunicación comercial: Substanciación de claims publicitarios.

La ponencia de Brett Bivans, VP International Center for Alcohol Policies, se titula Un compromiso de Publicidad Responsable; y Gabriela de la Riva, CEO, De la Riva Group, se referirá a la Audiencia en México.

Dividido en tres paneles y dos mesas redondas, en el primer panel se tocará la publicidad dirigida al público infantil y serán *Angela Tiffin, Children’s Advertising Review Unit, CARU, US e Ivo Wouters, Media Rakkers Netherlands, los ponentes*. Este organismo, por demás importante a nivel mundial, se dedica a educar a los niños para que reciban la publicidad de manera adecuada, en lugar de prohibirla. Es decir, enseñan a los pequeños cómo observarla porque al final del día esos niños cuando crezcan van a tener acceso a la publicidad y que mejor que decirles como la deben de ver para que influya positivamente en sus vidas.

Mientras que el panel Publicidad Responsable, será dictado por Rafael Pérez, CEO, Draft FCB, César Agost Carreño, VP Creativo, Ogilvy y Lourdes Lamasney, CEO, Marca Lamasney

Sin duda será un evento sin precedentes, no sólo para la industria publicitaria, sino también para las autoridades de Salud y para el público en general porque comprender lo que es la tarea de la publicidad es fundamental para el bienestar de la población.

Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR). Creado en 1997 por empresas anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación y asociaciones como un organismo autónomo de la iniciativa privada para actuar como conciliador en controversias de índole publicitaria, el CONAR se presenta con una imagen dinámica y actual cuyos objetivos estratégicos son: Promoción, Capacitación y Resolución de Controversias.