

# Jugando limpio: **perspectiva ética**

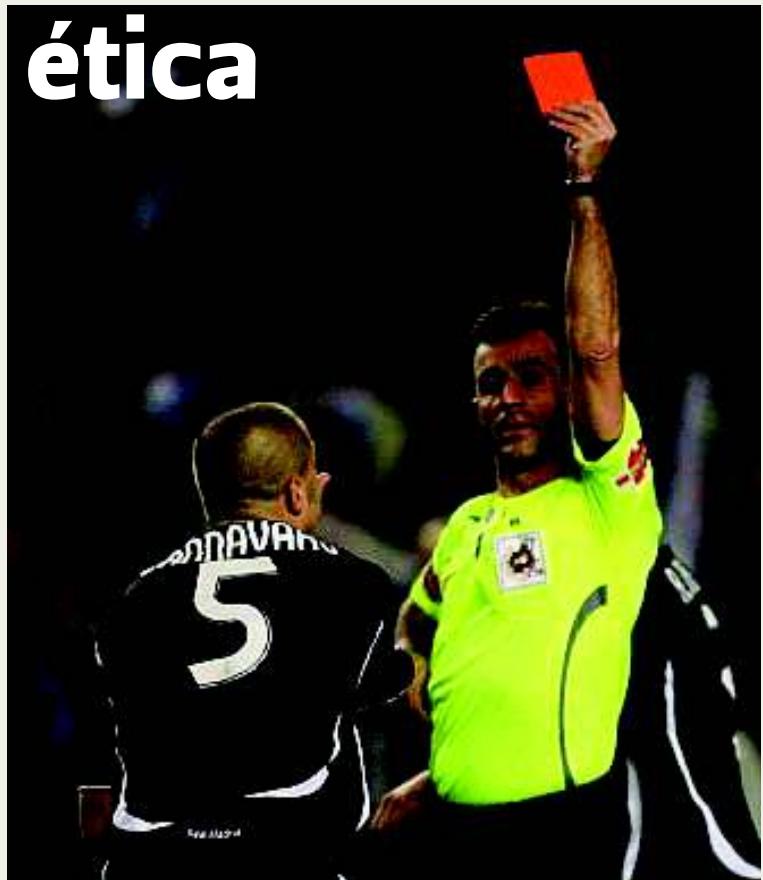
**E**n el fútbol y en los deportes en general, el trabajo en equipo, cohesionado y bajo un marco reglamentario claro, permite conseguir los objetivos que se trazan en el corto, mediano y largo plazo. Estos lineamientos permiten la más amplia libertad para crear jugadas que lleven a ganar el juego.

En el área publicitaria, ejecutar los proyectos de esta forma es especialmente crucial para el perfeccionamiento de la industria. Ponernos de acuerdo para desarrollar nuestra actividad con toda la libertad y creatividad que se requiere, sobre todo teniendo en cuenta el rol fundamental que juega en la sociedad actual, ha sido fundamental. La máxima es la defensa de la libertad de expresión comercial, imprescindible para desarrollar al máximo nuestro potencial, en beneficio de la sociedad.

Cada actor, sea avisador, agencia o medio, individualmente, es consciente del importante servicio que entrega, asumiendo que la innegable influencia que nuestra labor tiene sobre el comportamiento de las personas debe ser guiada con responsabilidad.

No se puede vender a cualquier precio, porque la publicidad no tiene por objetivo sólo convencer, sino que también debe informar y, a la vez, ser creíble.

A diferencia de otras áreas y en un caso digno de ejemplo, las reglas no nos han sido impuestas por otros, sino que nosotros mismos estamos ejerciendo la autorregulación para defender la credibilidad que, junto a la creatividad, es uno



de los bienes máspreciados de la industria en la que nos desenvolvemos.

Es en este contexto donde los actores del negocio publicitario nos hemos puesto de acuerdo de manera ejemplar y, bajo el alero de Conar, hemos establecido ciertas normas generales para nuestro desempeño, acordando también criterios respecto de cómo entregar la información al consumidor.

Este rol tan significativo se resume simplemente en defender la credibilidad del consumidor, haciendo de la publicidad una herramienta confiable para tomar decisiones.

Así, desde una perspectiva meramente ética, pero que es respetada rigurosamente por nuestros asociados, Conar ha asumido funciones preventivas y educativas, disuasivas y correctivas.

El éxito de la importante labor que encabezamos, no sería tal si agencias y avisadores no se comprometieran y acataran las reglas y el modo de trabajo que hemos establecido.

El día que se pierdan estos preceptos básicos, donde el juego limpio está en el centro, las empresas habrán perdido una poderosa herramienta comercial de diferenciación, quizás la única disponible.

