

cia en plataformas digitales e influencers, donde los contenidos publicitarios pueden ser confusos.

Frente a una industria que evoluciona velozmente, el compromiso con una publicidad responsable no es solo un ideal: es una obligación.

Como CONAR, reiteramos nuestro llamado a diseñar mensajes que, además de creativos, sean respetuosos, empáticos y conscientes del poder que tienen, sobre todo, en los más pequeños.

Maribel Vidal
Directora ejecutiva de CONAR

dadanos capaces de convivir en una sociedad plural, sin miedo a que nuestras diferencias nos polaricen y se transformen en una trinchera de la cual, producto de la ideología, no seremos capaces de salir.

Lorena Liewald
Directora VCM USS Valdivia

Publicidad y Día de la Niñez

● En Chile, el Código de Ética Publicitaria entrega orientaciones claras para una comunicación responsable con la infancia: promueve el uso de un lenguaje adecuado a su etapa de desarrollo, sugiere especial cuidado en la participación de menores en campañas, y refuerza la necesidad de transparen-