

LA CAMPAÑA

LECHE GLORIA HA SIDO CRITICADA POR LA ASOCIACIÓN PRO DERECHOS HUMANOS, ASÍ COMO POR UN RESPETADO PUBLICISTA COMO GUSTAVO RODRÍGUEZ (TORONJA) POR SU ÚLTIMA CAMPAÑA. POR ESTOS MOTIVOS, PUBLICIDAD CAUSA RETIRÓ EL COMERCIAL

No preocupa

@. ¿Aprodeh no tiene nada mejor que hacer? Estoy seguro de que la publicidad de Gloria está hiriendo la sensibilidad de los niños desnutridos del Perú, que seguramente tienen televisores y se preocupan de lo que diga o no diga Gloria.

—GABRIEL

Aprodeh exagera

@. ¿Qué sigue? Pronto se darán cuenta de que anunciar un artículo de lujo en televisión atenta contra los pobres al frustrarlos —por no poder comprarlo— y Aprodeh pedirá limitar su emisión.

—GONZALO

Deberían defender a los publicistas

@. Me parece que la gente de Aprodeh tiene demasiado tiempo libre. ¿Criticar que la gente no puede comprar tres vasos de leche? A partir de mañana los publicistas nos limitaremos a hacer campañas de productos que puedan ser consumidos por la totalidad de personas, de lo contrario podríamos recibir una carta de Aprodeh. Por qué no defienden los derechos de los



publicistas. Muchos de ellos mal pagados en las agencias, trabajando hasta tarde y sin ningún tipo de beneficios.

—CARLOS

Comercial se burla de los 'chatos'

@. Una cosa es dar cuenta de los problemas de alimentación que puede acarrear la falta de consumo de leche y otra lo que hace el comercial de Gloria, que suena más a burla hacia las personas de baja estatura.

—DANIEL

Muy papistas

@. Aprodeh está dirigida por gente que creció con leche Gloria, que le da a sus hijos

dirige a un público que la pueda consumir y para engancharlo utiliza un 'insight'. ¿Dónde está el problema? Habrá gente que podrá comprar y gente que no; lo que se busca es darle la mejor alimentación a tus hijos. Basta de ser más papistas que el papa.

—ALGUIEN QUE PASABA

Cosa de genes

@. Esto sirve para plantear un ejercicio intelectual: la necesidad de revisar el factor engañoso en la publicidad. El consumo de leche no produce automáticamente crecimiento, solo una dieta balanceada y ejercicio permiten que el potencial genético, que determina finalmente la altura de una persona, se expresen

por completo. Un niño desnutrido no podrá ser alto, pero un niño bien nutrido no tendrá que serlo si sus genes no lo permiten.

—EDUARDO VILLANUEVA

Los 'chatos' no la pasan mal

@. Para comenzar, el 'insight' no es tan cierto, conozco a muchos 'chatos' que la pasan bien y son populares, sin ir muy lejos, Sofía Mulanovich es 'chata', por poner un ejemplo. Y ella es sin duda la deportista más exitosa de nuestro país. Y por otro lado, el mensaje es desatinado en un país donde la mayoría de la población es de baja estatura.

—WODY ALLEN

Exagerados todos

@. Me parece que han exagerado al levantar el comercial de Gloria 'chato'. Este es un comercial que alienta a que los niños tomen leche para crecer de una manera divertida y creativa. (cosa que nunca se ha visto en comerciales peruanos de consumo de leche). No me parece que discrimina ni que se burle de manera agresiva.

—ELAINE

Fernando Flórez-Estrada
DIRECTOR
DE PUBLICIDAD CAUSA

No quisimos ofender a nadie

Desde hace décadas, en el mundo se vienen desarrollando una serie de campañas a favor del consumo de la leche, en función a los distintos beneficios que esta ofrece al ser humano. En nuestro medio, la campaña que propone a los niños y jóvenes, el consumir leche: "Para que 'chato' no sea un apodo tan común", tiene ya varios años. Sin embargo el último comercial, desarrollado como continuador de esta campaña: "Los 'chatos' no la pasan tan bien", y que apela a una situación exagerada que no pretende otra cosa que el simple humor, fue retirado del aire, por decisión nuestra, el primero de febrero, luego de unos días de exhibición, tras analizarlo desde una óptica más racional, y de coincidir en que la frase podría herir

la susceptibilidad de alguien del público.

Con el mismo fin, hemos modificado incluso el titular de un aviso en la revista "Somos", el cual por disposiciones internas del semanario, resultaba imposible de retirar. En este caso, se antecedió la frase "a veces", quedando el titular con el texto "a veces, los 'chatos' no la pasan tan bien", para circunscribirnos aun más directamente a la inusual situación de la foto. Lo expresado y las disculpas del caso a quien pueda haberse sentido afectado, le demostrará que nosotros, como publicistas, queremos que nuestros mensajes sean distintivos y relevantes y eventualmente muy divertidos, pero sin ofender a nadie, sino, por el contrario, buscando el mayor agrado y simpatía de todos.



Comente la campaña de 'chato' de leche Gloria en:

<http://blogs.elcomercio.com.pe/publicidadymkt>

SURCO



Negocios de sólidos
cimientos
**torre
pinar**
centro empresarial
inteligente

- Oficinas con áreas disponibles desde 100 m2
- Sistema Inteligente Integrado de Control EBI de Honeywell
- Sala de recepción de correspondencia y pago a proveedores
- Ascensores sincronizados de alta velocidad
- Sala de uso múltiple
- Gran capacidad de estacionamientos

T: 372-6698

**elnuevo
trigal**
centro empresarial

- Excelente ubicación, entorno exclusivo
- Locales comerciales desde 80 a 267 m2
- Oficinas entre 80 y 130 m2
- Amplio hall de ingreso
- Finos acabados en áreas comunes
- 5 niveles de estacionamientos
- 8 ascensores de última generación



Cada proyecto, una obra personal

Calle Tradiciones 215 San Isidro
Oficina principal
Teléfono: 421-2167
ventas@rodrigoasociados.com
www.rodrigoasociados.com.pe

Financia
Interbank

T: 422-7829