

cpf ayudando a la situacion cotidiana del minusvalido

[dgigl] | 0:16, 10/Abr |

Campofrío muestra en su publicidad a personas con discapacidad para 'normalizar una situación cotidiana'. El grupo Campofrío ha integrado en su última campaña publicitaria en televisión a un joven en silla de ruedas, poniendo así en práctica el protocolo firmado por el 'Comité de Apoyo a las Personas con Discapacidad en los Medios de Comunicación', con el objetivo de 'normalizar una situación cotidiana'. Asimismo, esta campaña pretende 'demostrar que es posible contribuir a normalizar la imagen de las personas con discapacidad a través de la publicidad convencional', según explicó la directora de Gama de la compañía, Juana Manso.

El Comité de Apoyo a las Personas con Discapacidad en los Medios de Comunicación, creado en marzo de 2007, está constituido por la Fundación ONCE, el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI) y todas las organizaciones profesionales del sector audiovisual, entre ellas la Asociación Española de Anunciantes (AEA) y la Asociación Española de Publicidad (AEP).

EL SPOT SE DENOMINA 'CHARCUTERO'

En la nueva campaña publicitaria del jamón cocido Campofrío, que lleva por título 'Charcutero', participa Juan Carlos Martínez, un joven parapléjico que aparece en pantalla en su silla de ruedas.

El espacio publicitario estará en antena desde el 9 de abril hasta el 25 de mayo y se emitirá en TVE, Telecinco, Antena 3 y La Sexta. El anuncio será accesible a las personas con problemas de audición, que podrán seguir el contenido del anuncio a través los subtítulos del teletexto, seleccionando el canal 888. Saludos y un jamon,de campofrio.