

## LA PUBLICIDAD A CUALQUIER PRECIO

Es sabido que la publicidad es una forma de comunicación persuasiva con el fin de convencer de la necesidad de un producto o servicio para incrementar su consumo apoyándose en técnicas y soportes diversos. Pero no es menos cierto que no todo es válido. Una clara evidencia de ello es el anuncio que está emitiendo la compañía de préstamos ZAIMO .

Es de por sí muy discutible la publicidad de este tipo de negocio que induce, con poca y sesgada información, a considerar que hay soluciones rápidas a los problemas económicos y que en muchas ocasiones empeora e impide un desenlace satisfactorio.

Pero ZAIMO traspasa la línea de lo ético y moral al poner como ejemplo a una madre preocupada porque su mala posición monetaria no le permite atender adecuadamente a sus hijos.

La bajeza y la falta de sensibilidad con que se trata la vulnerabilidad de las personas, las situaciones de angustia, de miedo y estrés en un momento de crisis económica y la utilización de los niños y niñas como reclamo, conocidos los últimos datos publicados sobre pobreza infantil que asola el Estado, es intolerable.

Las y los que trabajamos con la infancia, sabemos que este tipo de realidades no se solucionan con un ingreso puntual monetario para hacer frente a la compra de libros de texto, comida o cualquier otra necesidad y, mucho menos, cuando esto se hace con un préstamo que hay que devolver con altos intereses a corto plazo, siendo certera la imposibilidad de mejora en la solvencia económica y por lo tanto acrecentando el problema. En concreto este préstamo, según datos de su propia página web, tiene un T.A.E a 6 meses que oscila entre el **214% y el 885%**, además de un **13%** de comisión de demora por impago sobre la cantidad principal después de 30 días naturales, contados a partir de la fecha de expiración del plazo del préstamo.

Desde el Consejo General de Colegios Oficiales de Educadoras y Educadores Sociales exigimos la retirada de esta campaña de forma inmediata, lo que comunicamos a las televisiones que lo están publicitando y a la propia empresa. Asimismo, realizaremos una contracampaña de difusión para concienciar a la sociedad sobre este tema y evitar así la captación de posibles víctimas.

Junio de 2015