

**MANIFIESTO DE LA FUNDÉU BBVA
Y LA INDUSTRIA PUBLICITARIA
EN DEFENSA DEL USO CORRECTO DEL ESPAÑOL
EN LA COMUNICACIÓN COMERCIAL Y EN LA PUBLICIDAD**

La Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA) y los representantes de la industria publicitaria española, reunidos hoy en Madrid, hacen pública su decisión firme de fomentar en el ejercicio de su actividad empresarial el buen uso del idioma español.

Por ello, las organizaciones empresariales y las instituciones que conforman el sector —agencias de márketing, de medios y de publicidad, medios de comunicación, empresas de soportes publicitarios, anunciantes y empresas de investigación— manifiestan su apuesta decidida por el buen uso de la lengua.

La publicidad española quiere plasmar en hechos los principios lingüísticos que deben regir los mensajes publicitarios y sensibilizar a quienes se dedican a la actividad publicitaria en la necesidad de utilizar correctamente nuestro idioma.

En virtud de lo anterior, todas las partes declaran su voluntad de firmar este documento de interés general en apoyo de la lengua española y para ello manifiestan lo siguiente:

1º. Dentro de la libertad de expresión y del respeto a la creatividad de los agentes involucrados en el proceso de elaboración de los anuncios y campañas publicitarias, se pretende poner de manifiesto la importancia y relevancia de tales mensajes y su repercusión en la sociedad.

2º. Dada la significación que el idioma español tiene en el mundo y su reconocimiento como valor económico, se quiere destacar la necesidad de que su correcta utilización sea un referente para la comunidad hispanohablante.

3º. Para alcanzar los objetivos formulados en este manifiesto se requiere un apoyo incondicional a nuestra lengua frente a la influencia de lenguas foráneas, de modo que la comunicación publicitaria cumpla su principal misión, que es la de hacer llegar su mensaje de forma clara y correcta.

4º. El empleo de extranjerismos innecesarios y de malas traducciones de giros y vocablos extranjeros empobrece y deslucen el mensaje publicitario, por lo que se recomienda la utilización de locuciones y términos españoles.

5º. La defensa de un buen uso del español por parte de los creadores publicitarios supondrá una mejora de su imagen en los mercados que les son propios y un argumento novedoso para distinguirse, competir y lograr la complicidad de los consumidores.

6º. La Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA), que trabaja con la Real Academia Española, se ofrece a prestar a las empresas relacionadas con la publicidad la ayuda lingüística necesaria y a colaborar con ellas en el desarrollo de libros de estilo que ayuden a que los mensajes publicitarios sirvan de ejemplo de corrección lingüística para quienes nos expresamos en español.

Firman en Madrid, a 17 de marzo del 2009

- **Academia de la Publicidad.**
- **Asociación Española de Anunciantes**
- **Asociación General de Empresas de Publicidad**
- **Asociación Española de Agencias de Publicidad**
- **Asociación de Agencias de Medios**
- **Asociación de Empresas de Estudios de Mercado y Opinión**
- **Asociación de Productoras de Cine Publicitario**
- **Asociación Española de Titulados y Profesionales de Comunicación**
- **Asociación de Directivos de Comunicación.**
- **Associació Empresarial Catalana de Publicitat**
- **Asociación de Agencias de Publicidad de la Comunidad Valenciana**
- **Asociación de Agencias del Principado de Asturias**
- **Asociación de Empresarios Salmantinos de Publicidad**
- **Asociación de Empresas de Publicidad de La Coruña**
- **Asociación de Medios y Agencias de Publicidad de Aragón**
- **Asociación de Empresas de Publicidad de Guipúzcoa**
- **Asociación General de Empresas de Publicidad de Valladolid**
- **Asociación de Agencias de Publicidad de Pontevedra**
- **Asociación de Empresarios de Publicidad de Castellón**
- **Asociación Riojana de Agencias de Publicidad**
- **Federación de Asociaciones de Empresas de Publicidad de Andalucía**
- **Federación Regional de Agencias de Publicidad de Castilla y León**
- **Club de Creativos**
- **Internacional Advertising Association**

- **InfoAdex.**
- **Interactive Advertising Bureau**
- **Federación Nacional de Empresas de Publicidad**
- **Fundación del Español Urgente (FUNDEÚ BBVA)**