

DECLARACIÓN DE Buenos Aires

DECLARACIÓN PARA FORTALECER LA AUTORREGULACIÓN
PUBLICITARIA EN AMÉRICA LATINA



Con motivo de las reuniones del Capítulo Latinoamericano de ICAS, celebradas en Buenos Aires, Argentina, del 23 al 25 de septiembre de 2024, las organizaciones de autorregulación publicitaria de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Paraguay, Uruguay, España y el Consejo Internacional de Autorregulación Publicitaria (ICAS) se han unido para emitir la Declaración de Buenos Aires. Esta declaración celebra el compromiso de la región latinoamericana con el avance de las prácticas publicitarias responsables a través del fortalecimiento de la autorregulación y marca la inclusión oficial de los organismos de autorregulación de Argentina y Paraguay como Miembros Observadores de ICAS.

CELEBRACIÓN DE LAS NUEVAS ADHESIONES

Los firmantes de esta declaración expresan su satisfacción colectiva por la inclusión formal de los organismos de autorregulación publicitaria de Argentina y Paraguay como Miembros Observadores de ICAS. Este hito subraya la creciente colaboración y la visión compartida de la red latinoamericana para formar parte de una plataforma global y promover una publicidad ética, transparente, ambiental y socialmente responsable en la región y en todo el mundo.

REAFIRMACIÓN DEL COMPROMISO DE BOGOTÁ

Esta declaración reafirma los compromisos asumidos en la Declaración de Bogotá del 24 de octubre de 2023, donde los organismos de autorregulación de América Latina, AUTOCONTROL e ICAS acordaron desarrollar directrices integrales que promuevan prácticas publicitarias que protejan los intereses de los consumidores, fomenten la competencia leal y alienten la transparencia en todas las industrias. Los principios consagrados en la Carta de ICAS (ICAS Charter) siguen siendo el marco rector para comprometerse con la adopción de mejores prácticas corporativas y profesionales por parte de los organismos autorreguladores y para garantizar que las normas de publicidad en América Latina reflejen los más altos niveles de integridad y responsabilidad.

ÁREAS DE ENFOQUE CLAVE PARA 2024 Y 2025

Mirando hacia el futuro, los firmantes de esta declaración enfatizan su compromiso de abordar varias áreas clave que son críticas para la evolución del panorama de la publicidad en América Latina. Estas áreas incluyen:

- **1- Publicidad Online:** Con un enfoque específico en el papel de la Inteligencia Artificial (IA) y asegurando su uso responsable en las prácticas publicitarias, los organismos de autorregulación tienen como objetivo desarrollar o hacer cumplir directrices para mantener la transparencia y las normas éticas en la publicidad impulsada por IA
- **2- Marketing de influencers:** A medida que el marketing de influencers continúa creciendo, los organismos de autorregulación explorarán estrategias para garantizar que esta forma de publicidad siga siendo transparente, ética y coherente con las regulaciones existentes.
- **3- Sostenibilidad:** Los organismos de autorregulación se comprometen a promover una publicidad que refleje los principios de sostenibilidad, animando a las marcas a adoptar prácticas responsables con el medio ambiente.
- **4- Publicidad responsable de alimentos y bebidas:** Con especial atención a la publicidad dirigida a los niños, los firmantes se centrarán en disponer de directrices sólidas que garanticen que la publicidad de alimentos y bebidas sea responsable y favorezca la salud pública.
- **5- Diversidad, Igualdad e Inclusión (DEI):** Los organismos de autorregulación trabajarán para garantizar que la publicidad en toda la región promueva la diversidad, la equidad y la inclusión, ayudando a combatir los estereotipos que afecten la dignidad de grupos o personas y fomentando una representación más inclusiva.
- **6- Publicidad del juego:** Con la creciente prevalencia de la publicidad de juegos de azar, los organismos de autorregulación abordarán la necesidad de mensajes responsables y regulados para proteger a las audiencias vulnerables.

COMPROMISO DE COLABORACIÓN

Los firmantes afirman su dedicación a colaborar estrechamente entre sí, reconociendo que los retos compartidos requieren soluciones colectivas. El Consejo Internacional para la Autorregulación Publicitaria (ICAS) continuará sirviendo como una plataforma crítica para la discusión, el intercambio de ideas y la formulación de soluciones comunes, dando la bienvenida a la participación de todas las partes interesadas cuando sea necesario.

Los firmantes se comprometen a reunirse periódicamente a través de sesiones en línea para examinar los progresos realizados, intercambiar buenas prácticas y garantizar la aplicación efectiva de los principios establecidos en esta declaración. Además, se comprometen a reunirse presencialmente en 2025 para seguir consolidando los esfuerzos realizados y evaluar los avances.

CONCLUSIÓN

La Declaración de Buenos Aires simboliza un compromiso renovado de la comunidad publicitaria latinoamericana para desarrollar marcos de autorregulación sólidos, eficaces e independientes. A través de objetivos compartidos, una colaboración continua y una firme dedicación a la publicidad ética, la región aspira a crear un mercado que beneficie a los consumidores, las empresas y la sociedad en su conjunto.

DECLARACIÓN DE BUENOS AIRES

Firmas de los miembros de la Red Latinoamericana

Consejo de Autorregulación Publicitaria

CONARP, Argentina

Nombre:

Firma:

Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária

CONAR, Brasil

Nombre:

Firma:

Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria

CONAR, Chile

Nombre:

Firma:

Comisión Colombiana de Autorregulación de la Comunicación Comercial

Autocontrol Colombia

Nombre:

Firma:

Consejo de Autorregulación Publicitaria de CERNECO

CONAR - CERNECO, Paraguay

Nombre:

Firma:

Consejo Nacional de Autorregulación Publicitaria de Uruguay

CONARP, Uruguay

Nombre:

Firma:

Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

AUTOCONTROL, España

Nombre:

Firma:

International Council for Advertising Self-Regulation

ICAS

Nombre:

Firma: