

# DECLARACIÓN DE BOGOTÁ

---

DECLARACIÓN PARA FORTALECER LA AUTORREGULACIÓN  
PUBLICITARIA EN AMÉRICA LATINA Y ESTABLECER UN CAPÍTULO  
LATINOAMERICANO DE ICAS



Con motivo de las reuniones celebradas en Bogotá, los días 23, 24 y 25 de octubre de 2023, los organismos de autorregulación Publicitaria de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Paraguay, Uruguay, España y la International Council for Advertising Self-Regulation (ICAS) reiteran su compromiso firme de desarrollar una autorregulación publicitaria eficaz e independiente en América Latina.

---

# OBJETIVO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN

---

Esta declaración busca establecer pautas y principios que promuevan prácticas publicitarias transparentes, éticas y socialmente responsables en todos los sectores de América Latina. Es nuestro objetivo colectivo salvaguardar los intereses de los consumidores, fomentar una sana competencia en el mercado y construir un marco autorregulador sólido que defienda los más altos estándares de integridad publicitaria. Además, enfatizamos la importancia de la colaboración entre los organismos de autorregulación de toda la región latinoamericana y el establecimiento de un Capítulo Latinoamericano de ICAS dedicado a lograr estos objetivos.

---

# INTRODUCCIÓN

---

La publicidad, como herramienta para facilitar la comunicación entre marcas y consumidores y clientes, es una actividad legítima que, además, crea empleo, favorece la competencia y fomenta la innovación y el desarrollo económico.

Así mismo, la publicidad contribuye a la financiación de los medios de comunicación, favoreciendo el debate y la libertad de expresión, contribuyendo a la formación de la opinión pública y el desarrollo de la democracia. Igualmente, gracias a la publicidad, los ciudadanos reciben una multiplicidad de prestaciones y servicios, de forma gratuita.

Como otros sectores de actividad, la publicidad debe respetar los derechos de la ciudadanía, evitando mensajes engañosos, ilícitos y desleales. Sin embargo, nosotros creemos firmemente que la autorregulación de la industria publicitaria es un eficiente sistema para procurar un alto nivel de protección del consumidor y la lealtad entre competidores, en beneficio de todas las partes interesadas y de la sociedad en su conjunto. Además, dados los rápidos cambios tecnológicos y la constante evolución de nuevas formas de publicidad en línea, también creemos que un sistema de autorregulación fuerte y ágil es más necesario que nunca.

Reconociendo lo anterior, y los beneficios de una estrecha colaboración entre los organismos de autorregulación de los países latinoamericanos asumimos:

### **Promover la autorregulación publicitaria en América Latina**

**1.** - Constituir el Capítulo Latinoamericano de ICAS, para analizar retos globales, compartir experiencias y diseñar acciones conjuntas con el fin de mejorar las capacidades y desarrollo de los Organismos de autorregulación publicitaria de América Latina.

### **Promover una autorregulación publicitaria sólida**

**2.-** Apoyar los sistemas de autorregulación publicitaria en Latinoamérica y la participación de todos los agentes de la industria publicitaria, incluidas las empresas puramente digitales, reconociendo que los sistemas de autorregulación publicitaria abarcan todas las formas de publicidad y a todos los profesionales, así como apoyar el desarrollo de formas apropiadas de financiación con el fin de promover una autorregulación publicitaria eficiente, sólida y que cuente con los recursos financieros necesarios.

### **Promover la autorregulación de la publicidad a través de la tecnología**

**3.-** Promover el desarrollo de soluciones tecnológicas, reconociendo el valor potencial de éstas para ofrecer un servicio más accesible, eficiente y rápido.

### **Apoyar la autorregulación publicitaria independiente y arraigada localmente**

**4.-** Apoyar los sistemas nacionales de autorregulación de la publicidad, reconociendo el valor esencial de la autorregulación nacional, independiente y orientada al consumidor.

## **Definir un enfoque común**

**5.** - Considerar, estudiar y aplicar soluciones conjuntas a los nuevos retos que se presenten en Latinoamérica en el ámbito de la autorregulación publicitaria. Estas soluciones deberán ser conformes al mercado y los marcos legales nacionales y serán implementadas por parte de los organismos de autorregulación publicitaria de cada país atendiendo a sus específicas realidades sociales, económicas y culturales.

## **Apoyar una autorregulación publicitaria responsable, inclusiva, eficaz y ágil**

**6.-** Apoyar a la industria en la mejora de la publicidad como impulsora de valores positivos, reconociendo que la publicidad tiene la capacidad de contribuir a promover actitudes y comportamientos que ayuden a responder a retos globales como la sostenibilidad, la diversidad, la inclusión social o la equidad, etc., incluyendo, entre otras acciones: (i) Dar visibilidad a estos temas dentro de la industria publicitaria, (ii) Promover la sensibilización y la formación de las empresas y (iii) Compartir ejemplos de buenas prácticas.

## **Fomentar la autorregulación publicitaria colaborativa**

Para garantizar el cumplimiento de los compromisos mencionados, ICAS servirá de foro y punto de encuentro en el que sus miembros podrán compartir ideas, desarrollar soluciones y colaborar con las partes interesadas pertinentes en cada momento.