

**Autorregulación publicitaria:
Instrumento eficaz para mejorar la competitividad de las economías: OAPs**

México, mayo 2014. Los Organismos de Autorregulación Publicitaria de América Latina (OAPs) reconocieron a la autorregulación publicitaria como una herramienta valiosa para promover sanas prácticas de comunicación comercial, fomentar la actividad económica y el desarrollo de los países en un marco de libertad.

Asimismo, refrendaron su compromiso de redoblar esfuerzos para fortalecer su presencia a nivel mundial y alentar la formación de organismos de autorregulación publicitaria en otros países de América Latina, a fin de promover la publicidad responsable a través de la aplicación y vigilancia de los códigos de ética publicitaria.

Reunidos en Mérida Yucatán para celebrar VIII Reunión de la Red Latinoamericana de Organismos de Autorregulación Publicitaria (Conared), acordaron alentar las iniciativas que desarrollan los gremios que agrupan anunciantes, agencias de publicidad y medios de comunicación para promover los valores y la ética al interior de sus empresas, así como motivar a las instituciones educativas para que en la formación de los profesionales atiendan especialmente los aspectos éticos involucrados en el ejercicio de una actividad publicitaria socialmente responsable.

Por su parte, el presidente del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (Conar) de México, José Luis Barros, destacó que La publicidad responsable consiste en informar veraz, oportuna y suficientemente sobre los atributos de productos y servicios para que los consumidores puedan elegir lo que más les convenga a sus necesidades, posibilidades y preferencias.

El acuerdo firmado por los representantes del CONAREDE destaca su compromiso con la excelencia creativa y la libertad de expresión en los contenidos publicitarios que contribuyan de forma libre, ética y responsable a impulsar la economía de sus respectivos países.

Participaron en la VIII Reunión CONAREDE Miguel Daschuta, Presidente CONAR Argentina; Luis Ibarra, Vicepresidente CONAR Argentina; Juliana Albuquerque, Directora CONAR Brasil; Ignacio Astete, Presidente Ejecutivo CONAR Chile; Ximena Tapias Delporte, Presidenta CONARP Colombia; Ricardo Maguiña, Director Ejecutivo CONAR Perú; Luis Otoya, Presidente CONAR Perú; José Luis Barros Horcasitas, Presidente CONAR México y Karla Ávila CONAR México.

Finalmente, e invitados por el Consejo Nacional de Publicidad (CNP) de El Salvador, acordaron que la Reunión CONAREDE 2015 se realizará en este país que, ese mismo año, celebrará el cincuentenario de su Cámara de Anunciantes.

Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR). Creado en 1997 por empresas anunciantes, agencias de publicidad, medios de comunicación y asociaciones como un organismo autónomo de la iniciativa privada para actuar como conciliador en controversias de índole publicitaria, el CONAR se presenta con una imagen dinámica y actual cuyos objetivos estratégicos son: Promoción, Capacitación y Resolución de Controversias. www.conar.org.mx