



¿Sabías que... hay otros 25 “AUTOCONTROL” en Europa?

AUTOCONTROL lleva 25 años ayudando a anunciantes, agencias y medios a difundir una publicidad responsable en España, pero en nuestro entorno más cercano, en Europa, tenemos organizaciones homólogas con los mismos objetivos y funciones similares. En total, **somos 26 las organizaciones de autorregulación publicitaria en Europa que formamos parte de la European Advertising Standards Alliance (EASA)**. Estar integrados en esta organización europea, que integra también a las asociaciones europeas e internacionales más representativas de la industria publicitaria, nos permite conocer las experiencias de nuestros países vecinos y afrontar de manera conjunta los retos a los que se enfrenta el sector.

EASA tiene también una larga historia como nosotros, surgió en 1992, y **AUTOCONTROL es miembro de esta organización desde su constitución aquel año**. Durante todos estos años hemos contribuido de manera significativa a esta organización, cuya presidencia ocupó el director general de AUTOCONTROL, Jose Domingo Gómez Castallo, entre 1999 y 2003 y cuya vicepresidencia ha ocupado la subdirectora general de AUTOCONTROL, Charro Fernando, desde 2016 hasta hoy.

La misión de EASA consiste en promover buenas prácticas y altos estándares en la autorregulación publicitaria respetando siempre las diferencias culturales, legales y comerciales nacionales. El objetivo es crear un lugar de comunicación en el que las asociaciones

nacionales trabajen de forma conjunta. Además en el marco de esta organización se ha establecido una red europea de resolución extrajudicial de reclamaciones en materia publicitaria, lo que permite que cualquier consumidor de la Unión Europea pueda someter un asunto al organismo de autorregulación publicitaria competente en el extranjero a través del órgano homólogo existente en su propio país. En definitiva, EASA comparte con AUTOCONTROL los mismos fines: intentar que medios y anunciantes difundan una publicidad responsable.

El interés por lo que ocurre más allá de nuestras fronteras y por conocer experiencias que puedan aplicarse en España para mejorar el servicio que ofrecemos nos ha llevado también hasta **ICAS (International Council for Advertising Self-Regulation), organización de la que AUTOCONTROL fue promotora y miembro fundador, y cuya primera presidencia ocupó nuestro director general**. ICAS es la **organización internacional que engloba a todos los organismos de autorregulación publicitaria a nivel global** y tiene dos objetivos complementarios. Por un lado, contribuye a la consolidación de los SRO ya existentes y facilita su creación en países emergentes. Por otro, favorece la colaboración de los organismos que ya llevamos tiempo implantados en nuestros respectivos países, une el esfuerzo que todos hacemos y de esa forma trabaja para crear respuestas sólidas y coordinadas a los retos, cada vez más globales, que ha de afrontar la autorregulación publicitaria. ■