



Autorregulación y confianza

●Señor director:

El Barómetro del Marketing Chileno 2026, elaborado por La Vulca, ubicó a CONAR entre las tres instituciones más mencionadas en la categoría de asociaciones que promueven altos estándares de calidad y buenas prácticas, un resultado que refleja una labor sostenida en favor de la autorregulación publicitaria.

Los datos muestran también que un 87% considera importante fortalecer la autorregulación en la industria; un 86% reconoce al Código Chileno de Ética Publicitaria como una guía de buenas prácticas; y un 82% vincula la autorregulación con el resguardo del valor de las marcas.

Durante casi 40 años, CONAR ha promovido la autorregulación como una herramienta concreta para elevar los estándares de la publicidad en Chile, impulsando buenas prácticas en una industria naturalmente competitiva, diversa y en permanente transformación.

La comunicación comercial trabaja con un intangible valioso: la confianza del público. En un entorno de alta exposición, nuevas plataformas y mayor escrutinio ciudadano, la autorregulación no limita la libertad creativa ni la competencia; las fortalece. Permite contar con reglas conocidas, mecanismos de revisión y un marco ético que ayuda a cuidar la legitimidad del sector.

Si la confianza es uno de los principales activos de las marcas, las buenas prácticas no pueden ser accesorias. Son parte esencial de una comunica-

ción responsable y sostenible.

Maribel Vidal, directora ejecutiva del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR)