

# Revista de webs

## **InfoAdex**

**[www.infoadex.es](http://www.infoadex.es)**

InfoAdex controla y analiza la publicidad de los medios convencionales en el Estado español. La web informa sobre los servicios cuantitativos (Info XXI, Informes Ad Hoc) y cualitativos (Sistema Mosaico Premium, Sistema Alerta) que ofrece la empresa. Algunos de estos servicios son accesibles sólo para clientes. El apartado de publicaciones permite consultar estudios sobre inversiones publicitarias, informes, un dossier de prensa y un glosario de términos.

## **European Advertising Standard Alliance**

**[www.easa-alliance.org](http://www.easa-alliance.org)**

La European Advertising Standards Alliance reúne a entidades nacionales de autorregulación publicitaria y organizaciones que representan a la industria publicitaria en Europa. Su objetivo principal es promover la autorregulación en el sector publicitario. Su página web incluye indicaciones sobre cuestiones conflictivas relacionadas con la publicidad (estereotipos de género, protección a la infancia, etc.) y enlaces a las publicaciones de la organización: boletín de información *Focus*, guías sobre autorregulación, etc. Permite efectuar quejas sobre anuncios, que se remiten al órgano de autorregulación correspondiente (en el caso español, la Asociación para la Regulación de la Comunicación Comercial).

## **Marketing Directo**

**[www.marketingdirecto.com](http://www.marketingdirecto.com)**

Marketing Directo es un portal dedicado a la publicidad y el marketing. Permite consultar estudios y rankings relacionados con estos temas (inversión publicitaria en el Estado español, publicidad sexista, ranking de agencias de publicidad, etc.). La web ofrece otros servicios como noticias de actualidad, un archivo de noticias, documentación sobre campañas y una lista de empresas del sector.

## **World Advertising Research Center**

**[www.warc.com](http://www.warc.com)**

La página web de este organismo proporciona información sobre la publicidad y el marketing global. Ofrece una extensa bibliografía relacionada y clasificada por temas: investigaciones diversas, estudios de caso, categorías de productos, principales marcas, etc. Asimismo pueden consultarse datos estadísticos por países y también se hace referencia a las publicaciones del organismo. No obstante, en la mayoría de casos, es necesario registrarse para acceder a los documentos.

## **Comisión Europea**

**[europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/studi\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/avpolicy/stat/studi_en.htm)**

Un estudio encargado por la Comisión Europea sobre el desarrollo de nuevas técnicas publicitarias aparece íntegramente en la web de esta institución. El estudio, del año 2002, aborda los aspectos económicos y legales de la publicidad actual y de las nuevas técnicas, además de incluir informes específicos por Estados miembros. Este estudio se enmarca en el proceso de revisión de la DTVSF, dada la dificultad de interpretar la regulación de las nuevas técnicas publicitarias en el articulado actual.

## **Interactive Advertising Bureau**

**[www.iab.com](http://www.iab.com)**

La Interactive Advertising Bureau es una asociación fundada en los Estados Unidos en 1996 para impulsar el crecimiento del sector del marketing y la publicidad interactiva. Cuenta con más de 22 oficinas en todo el mundo, también en el Estado español. La página web permite acceder a los boletines de información mensuales, que aportan noticias e información sobre investigaciones recientes relacionadas con la comunicación interactiva. También incluye un apartado de estándares y recomendaciones.

### **Asociación Española de Agencias de Publicidad** ***www.aeap.org***

Esta entidad, creada en 1977, tiene el propósito de defender la libertad de expresión comercial y los intereses profesionales de las agencias, y de promover y desarrollar la actividad publicitaria. Integra a 40 agencias, que facturan cerca del 85% de la inversión gestionada a través de agencias en el Estado español. La web aporta información sobre el sector de las agencias publicitarias y permite acceder a estudios sobre publicidad realizados por diferentes empresas y asociaciones. Además, puede consultarse una recopilación de publicaciones de la AEAP y otros organismos.

### **Asociación Española de Anunciantes** ***www.anunciantes.com***

La Asociación Española de Anunciantes, que cuenta con más de 140 asociados, se constituyó en 1965 para defender los intereses de las empresas anunciantes en lo referente a la comunicación comercial. La página web contiene información sobre las acciones y las publicaciones (boletín de noticias, memorias anuales, informes, etc.) de la entidad. Entre estas últimas destaca el Observatorio AEA de la Publicidad, un grupo de trabajo de los usuarios de la publicidad en los medios. Los estudios, de periodicidad mensual, se centran en la televisión de ámbito estatal.

### **Adlatina** ***www.adlatina.com***

Esta web, portal de la publicidad en América Latina, cuenta con una serie de servicios relacionados con la publicidad y las comunicaciones (investigación, actualidad, etc.). Además, contiene una extensa base de datos de anuncios y un directorio de agencias, proveedores, festivales y premios, entre otros servicios. Es necesario registrarse para acceder a la mayor parte de la información.

### **American Advertising Federation** ***www.aaf.org***

Asociación profesional que coordina aspectos de la industria con una base académica, y que representa a publicistas, agencias y compañías de comunicación. Su web informa sobre diferentes servicios y la legislación publicitaria. El proyecto AFFMosaic Center on Multiculturalism, se presenta como un equipo de reflexión (*think tank*) sobre la diversidad cultural.

### **Asociación de Usuarios de la Comunicación** ***www.auc.es***

Organización independiente que defiende los intereses de la ciudadanía con relación a los diferentes medios y sistemas de comunicación y a las nuevas TIC. En el ámbito de la publicidad, la AUC lleva a cabo anualmente el seguimiento y el control de anuncios en todo tipo de medios y soportes. A través de la página web se puede acceder a varios informes sobre la publicidad (pseudocientífica, de productos relacionados con la salud, etc.). Además, incluye referencias a distintas actuaciones de la AUC, sobre todo reclamaciones y demandas relacionadas con la publicidad.

### **Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial** ***www.autocontrol.es***

Autocontrol es un organismo de autorregulación publicitaria que tiene el objetivo de prevenir y resolver controversias publicitarias. Su actividad se basa en la producción de reglas de conducta que lleguen a ser códigos éticos y en su aplicación mediante un órgano de control deontológico independiente (*jurado*). La web contiene códigos de conducta y enlaces a los textos completos de las últimas resoluciones del jurado. Los socios pueden acceder a una base de datos sobre regulación publicitaria.

### **Children's Advertising Review Unit** ***www.caru.org***

Esta organización, con sede en Nueva York, evalúa la publicidad dirigida a los niños y vela por el cumplimiento de una serie de normas desde la perspectiva de la autorregulación. A través de su página web puede accederse al documento Self-Regulatory Guidelines for Children's Advertising, que incluye los principios básicos que la publicidad dirigida a los niños debería respetar en todos los medios.

### **Advertising World** ***advertising.utexas.edu/world***

El Departamento de Publicidad de la Universidad de Texas, en Austin, presenta una selección de enlaces relacionados con la publicidad y el marketing: anuncios, emplazamiento de productos, regulación, publicaciones, etc. Su página web incluye enlaces tales como el centro de investigación sobre marcas Center for Brand Research y el centro de publicidad interactiva Center for Interactive Advertising.