

## NOTA DE PRENSA

### **La CNMC y AUTOCONTROL firman un acuerdo para el fomento de la corregulación sobre publicidad en televisión**

- La CNMC apoyará el sistema de autorregulación y continuará con sus funciones de inspección, control y sanción sobre los servicios de comunicación audiovisual

**Madrid, 6 de julio de 2015.-** La CNMC (Comisión Nacional de Mercados y Competencia), autoridad audiovisual estatal, y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL) han firmado el acuerdo “Fomento de la corregulación publicitaria” sobre las comunicaciones comerciales en televisión.

Según el nuevo acuerdo, la CNMC reconoce la utilidad de la autorregulación de la publicidad televisiva y, en particular, valora positivamente el sistema de consulta previo gestionado de forma imparcial e independiente por AUTOCONTROL, para la correcta aplicación y cumplimiento de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, y otras normas publicitarias. La CNMC apoyará el sistema de autorregulación de la publicidad televisiva sin dejar de ejercer sus funciones, en particular las de inspección, control y sanción sobre los servicios de comunicación audiovisual.

Entre otros, el acuerdo incluye la utilización por parte de los operadores de televisión y los anunciantes de una herramienta de verificación previa (Copy Advice®), gestionada por AUTOCONTROL, para las comunicaciones comerciales audiovisuales televisivas. Con ella se establece una valoración no vinculante sobre la corrección de anuncios o proyectos de anuncios, antes de su emisión, a solicitud del propio anunciante, su agencia o el medio donde emitirá la campaña.

Además, el acuerdo prevé que cuando un prestador del servicio de comunicación audiovisual televisiva reciba un requerimiento o comunicación administrativa de la CNMC en relación con una comunicación comercial audiovisual, cuya versión final cuente con informe previo positivo de AUTOCONTROL, éste podrá poner en conocimiento de la CNMC el contenido del informe, con el fin de mostrar su comportamiento diligente.

Por otra parte, la CNMC podrá tener en cuenta que las comunicaciones comerciales audiovisuales televisivas emitidas cuenten con un informe de Copy Advice® positivo de AUTOCONTROL, siempre que se haya sujetado a ese informe previo, que será incorporado al correspondiente expediente administrativo.

AUTOCONTROL asume, por su parte, el compromiso de mantener regularmente informada a la CNMC sobre las decisiones que adopte el Jurado de la Publicidad,

*Reproducción permitida solo si se cita la fuente.*

así como sobre su actividad de control previo voluntario de la publicidad. En consecuencia, deberá facilitar a la CNMC, si así lo solicita, los informes de consulta previa positivos que se emitan sobre comunicaciones comerciales audiovisuales televisivas.

Por otra parte, AUTOCONTROL asumirá los criterios orientadores para la adecuada clasificación horaria de los contenidos televisivos, establecidos en el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia. Cuando se reciba una reclamación referida a la protección de la infancia en el marco del “Acuerdo para el fomento de la autorregulación de los contenidos televisivos e infancia”, AUTOCONTROL la resolverá según el Reglamento del Jurado de la Publicidad. Posteriormente, informará a las partes afectadas, a la CNMC y a los operadores de televisión adheridos y lo publicará en la revista, web u otros medios de AUTOCONTROL.

En el caso de las investigaciones de oficio (a iniciativa propia o como consecuencia de una denuncia recibida), la CNMC podrá requerir a AUTOCONTROL su parecer e intervención sobre comunicaciones comerciales concretas que no hubieran sido objeto de consulta previa. En esos casos, AUTOCONTROL tramitará ese requerimiento ante su Jurado, que resolverá de acuerdo a su Reglamento.

En el marco del acuerdo también se establece que la CNMC podrá consultar a AUTOCONTROL sobre aquellos proyectos normativos que afecten a la regulación de la actividad publicitaria. AUTOCONTROL también podrá solicitar la cooperación y apoyo técnico (aportación de anuncios, etc.) de la CNMC para la emisión de dictámenes, estudios, proyectos y resoluciones, relacionados con los objetivos de la Asociación y sobre cuestiones que afecten a la autorregulación y el control deontológico de la actividad publicitaria.

El acuerdo estipula, además, la creación de una Comisión formada por tres representantes de la CNMC (uno de los cuales actuará como Presidente) y tres representantes de AUTOCONTROL (uno de los cuales actuará como Secretario). Esta Comisión se encargará de la puesta en marcha y seguimiento constante del desarrollo y aplicación de este acuerdo, y de resolver conflictos, entre otros.

Este acuerdo se ha adoptado en el marco de la Disposición adicional decimoséptima de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC, que establece que la Comisión “podrá firmar acuerdos de corregulación que coadyuven el cumplimiento de los objetivos establecidos en la Ley.

El acuerdo entre la CNMC y AUTOCONTROL no supone gasto alguno ni genera obligaciones económicas ni contraprestaciones para la Administración.