

ADENDA DE PRÓRROGA DEL CONVENIO DE COLABORACIÓN ENTRE EL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA Y LA ASOCIACIÓN PARA LA AUTORREGULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL (AUTOCONTROL), PARA FACILITAR EL SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LAS COMUNICACIONES COMERCIALES AUDIOVISUALES DENTRO DEL ÁMBITO DE COMPETENCIA DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA

En Sevilla, a 7 de julio de 2023

REUNIDOS

De una parte, D. José Francisco Domínguez del Postigo, Presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA), nombrado en virtud de Decreto 536/2022, de 28 de octubre.

De otra parte, D. José Domingo Gómez Castallo, en representación de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), con CIF/NIF número G-81234247, inscrita en el Registro de Asociaciones del Ministerio del Interior con el número nacional 147584 y con domicilio en la calle Príncipe de Vergara, 109, 5º, de Madrid; con poder suficiente para la firma de este Convenio, tal y como se desprende del acuerdo adoptado por la Junta Directiva de AUTOCONTROL, de 26 de mayo de 2022, y conforme se acredita mediante escritura pública de elevación a público de acuerdos y de otorgamiento de poderes, protocolizada ante el Notario de Madrid D. Juan José de Palacio Rodríguez, con el número 4.834.

INTERVIENEN

En nombre de los organismos o entidades que representan, que serán consideradas las partes del Convenio y reconociéndose, mutua y respectivamente, la competencia y la capacidad jurídica suficiente para suscribir la presente Adenda de prórroga y a tal efecto,

EXPONEN

1.- Que la nueva Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, hace una firme apuesta por la autorregulación, destacando en su exposición de motivos el papel que puede desempeñar la autorregulación como complemento de los mecanismos legislativos, judiciales y administrativos vigentes, y su valiosa contribución con vistas a la consecución de los objetivos de la citada Ley y, en particular, a la protección de los usuarios.

2.- El Consejo Audiovisual de Andalucía es la autoridad independiente encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en el ámbito de los medios audiovisuales en Andalucía, así como por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad. Según se

establece en el artículo 46.4 del Decreto 242/2021, de 26 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía, el Consejo promoverá la adopción de normas de autorregulación del sector audiovisual y de la publicidad en dicho sector. Con esta finalidad, podrá establecer convenios con las entidades interesadas y supervisar la actuación de las instancias de autorregulación que se creen.

3.- A nivel europeo, estatal y autonómico, se viene observando una destacable evolución hacia esquemas de decidido fomento de los mecanismos de autorregulación y corregulación, como complemento de los tradicionales instrumentos legales, administrativos y/o judiciales existentes en los Estados miembros de la Unión Europea, sin que suponga merma alguna en las capacidades de intervención disciplinaria de las administraciones públicas. La autorregulación publicitaria es una importante vía — complementaria de la administrativa y judicial— para llevar a cabo un eficaz control de la publicidad. El artículo 37 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de competencia desleal, reconoce y fomenta los códigos de conducta y los sistemas de autorregulación, determinando su publicidad y los requisitos que deben cumplir para ser reconocidos. A tal efecto, establece que dichos sistemas deberán contar con órganos y procedimientos independientes para la resolución de reclamaciones pudiendo desarrollar también medidas individuales o colectivas de autocontrol previo de los contenidos publicitarios.

4.- En España existe, desde 1995, una organización de autodisciplina publicitaria, denominada Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), miembro de la European Advertising Standards Alliance (EASA) y del International Council for Advertising Self Regulation (ICAS) -plataforma internacional que integra a 24 organismos de autorregulación publicitaria y a 6 asociaciones de la industria publicitaria-. Se trata de una asociación sin ánimo de lucro que se encarga de gestionar el sistema de autorregulación publicitaria en España y cuyo objetivo es contribuir a que la publicidad difundida por todos los medios, incluido Internet, constituya un instrumento particularmente útil en el proceso económico, velando por el respeto a la ética publicitaria, a los derechos de las personas consumidoras, así como a la normativa en materia de protección de datos y privacidad, con exclusión de la defensa de intereses profesionales. Para ello, AUTOCONTROL cuenta con diversas herramientas, entre otras: i) la elaboración de códigos de ética publicitaria; ii) la resolución de las reclamaciones planteadas contra la publicidad presuntamente ilícita o desleal; iii) la revisión previa de campañas publicitarias (Copy Advice®), con el objeto de que éstas se adecuen a la normativa vigente; iv) la colaboración activa con los poderes públicos, para conseguir que la publicidad se ajuste a las normas por las que se rige.

Para la resolución de las reclamaciones planteadas contra la publicidad presuntamente ilícita o desleal, AUTOCONTROL cuenta con un organismo independiente: el Jurado de la Publicidad, que ha obtenido el reconocimiento público, por parte del Gobierno, como entidad de resolución alternativa de litigios (Alternative Dispute Resolution o ADR, en inglés), una vez acreditado el cumplimiento de los principios de independencia, imparcialidad, transparencia, eficacia, rapidez y equidad, establecidos

en la Ley 7/2017, de 2 de noviembre, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo. Con este reconocimiento, de fecha 31 de octubre de 2018, el Jurado de AUTOCONTROL pasó a formar parte del Listado unificado de entidades de resolución de litigios en materia de consumo acreditadas y de la Plataforma de resolución de litigios en línea, establecida por la Unión Europea.

5.- Con fecha 3 de noviembre de 2006, el Consejo Audiovisual de Andalucía y AUTOCONTROL firmaron un primer Acuerdo de colaboración para el fomento de la autorregulación de la actividad publicitaria en los servicios audiovisuales emitida dentro del ámbito de competencia del Audiovisual de Andalucía; dicho Convenio fue sustituido por el Convenio firmado entre las partes, con fecha 13 de julio de 2020. Estos Convenios posibilitaron el establecimiento de un satisfactorio marco de cooperación mutua entre las partes, para el seguimiento de las comunicaciones comerciales audiovisuales y la detección, corrección y supresión de comunicaciones comerciales audiovisuales incorrectas, que entran dentro de la competencia, a efectos de control, del Consejo Audiovisual de Andalucía.

Por su parte, el Consejo Audiovisual de Andalucía valora positivamente el sistema de consulta previa para la publicidad televisiva, gestionado de forma imparcial e independiente por AUTOCONTROL, que coadyuva a procurar la correcta aplicación y cumplimiento de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, de la Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía, y demás normativa publicitaria que resulte de aplicación, sin que ello suponga ni pueda suponer perjuicio o menoscabo alguno de las competencias que tenga dicho Consejo.

6.- Teniendo en cuenta lo anterior, las partes consideran que es conveniente prorrogar este marco de cooperación mutua, prorrogando la vigencia del último Convenio firmado entre el Consejo Audiovisual de Andalucía y AUTOCONTROL, de fecha 13 de julio de 2020; y que va en línea con otros Convenios asimismo firmados por AUTOCONTROL con otras autoridades audiovisuales, tanto de ámbito estatal como autonómico -Acuerdo con la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), de julio de 2015; Convenio con el Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC) de abril de 2023; Convenio con el Consejo Audiovisual de la Comunidad Valenciana, de septiembre 2022-.

Por todo lo anterior, las partes acuerdan suscribir la presente Adenda de prórroga, de conformidad con la siguiente:

CLÁUSULA

ÚNICA.- En virtud de la presente Adenda de Prórroga, las partes acuerdan extender expresamente hasta el día 13 de julio de 2024, la vigencia del Convenio colaboración firmado con fecha 13 de julio de 2020, entre el Consejo Audiovisual de Andalucía y Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL).

Y, en prueba de conformidad y aceptación, las partes otorgantes del presente acuerdo, mediante sus representantes acreditados.

El Presidente del Consejo Audiovisual
de Andalucía (CAA)

El Director General de Autocontrol

D. José Fco. Domínguez del Postigo

D. José Domingo Gómez Castallo