

CONVENI DE COL·LABORACIÓ ENTRE EL CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (CAC) I L'ASOCIACIÓN PARA LA AUTORREGULACIÓN DE LA COMUNICACIÓ COMERCIAL (AUTOCONTROL) PER AL FOMENT DE L'AUTOREGULACIÓ DE L'ACTIVITAT PUBLICITÀRIA EN ELS SERVEIS AUDIOVISUALS I DE TELEVISIÓ QUE EMETIN EN L'ÀMBIT DE COMPETÈNCIA DEL CAC

Barcelona, a 20 de juliol de 2011

REUNITS

Per una part, el senyor Ramón Font Bové, com a president del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), d'acord amb les facultats que li atorga la Llei 2/2000, de 4 de maig, de creació del Consell, així com el seu Estatut orgànic i de funcionament.

I per l'altra part, el senyor Fernando Valdés Bueno, amb DNI 5364395-J i amb poders de representació d'acord amb escriptura atorgada pel notari de Madrid, senyor Ignacio García-Noblejas Santa-Olalla, el 21 de maig de 2010, amb número protocol 1044, actuant com president de l'Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), inscrita en el Registre d'associacions amb el número 147584.

EXPOSEN

1. La Llei de l'Estat 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual, per la qual es trasllada a l'ordenament jurídic espanyol la Directiva 2007/65/CE, de serveis de comunicació audiovisual, pretén compendiar la normativa encara vigent en matèria audiovisual, actualitzar aquells aspectes que han patit modificacions importants i regular les noves situacions mancades de marc legal. La norma regula els drets dels prestadors del servei de comunicació i en destaca el dret de prestar aquest servei en condicions de llibertat quant a selecció de continguts, línia editorial i emissió de canals, el dret a la llibertat absoluta en el cas de les comunicacions electròniques, la possibilitat i les condicions d'autoregulació, i el dret d'emissió de continguts publicitaris.

En particular, l'article 7, que duu per títol Els drets del menor, i la secció 2a del capítol II, que s'intitula El dret a realitzar comunicacions comercials, estableixen diferents limitacions, supòsits d'il·licitud i prohibicions en relació amb les comunicacions comercials audiovisuals, tot entenent que aquestes limitacions s'han d'ampliar, per mandat exprés de l'apartat 7 de l'article 18 de la Llei esmentada, a allò que disposa la resta de normativa referida a publicitat.

2. El Parlament de Catalunya, en el seu propòsit ferm d'impulsar el sector audiovisual de Catalunya, va promulgar la Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, la composició, les atribucions i el règim de funcionament del qual es regulen en aquesta Llei. Posteriorment, la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya, ha actualitzat i ha tractat d'adequar la regulació dels serveis audiovisuals als canvis tecnològics importants i a les noves demandes produïts en els darrers temps.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya és una autoritat administrativa independent, amb personalitat jurídica pròpia, que, en el marc de les competències de la Generalitat, vetlla pel respecte dels drets i les llibertats que, en l'àmbit dels serveis de comunicació audiovisual, són reconeguts a la Constitució i a l'Estatut d'autonomia i, especialment, garanteix el compliment de la normativa reguladora de la programació i la publicitat, i de les condicions de les concessions, com també el compliment de l'eficàcia i l'observança de la normativa europea i dels tractats internacionals relatius a la matèria.

3. Tant a les institucions europees com a les nacionals, d'un temps ençà s'observa una evolució destacable cap a esquemes de foment decidit dels mecanismes d'autoregulació, concebuda l'autoregulació no pas com un sistema alternatiu a la legislació i els controls públics existents, sinó com un complement útil, eficaç i necessari dels instruments legals tradicionals, administratius i/o judicials existents als estats membres de la UE, sense que suposi minvar cap de les capacitats d'intervenció disciplinària de les autoritats competents. En aquest context, els sistemes d'autoregulació gaudeixen d'un reconeixement considerable i creixent per part de les instàncies comunitàries i del nostre legislador nacional.

El foment de l'autoregulació ja es plasmava a la Directiva 84/450/CEE sobre publicitat enganyosa, que afirma que, juntament amb els instruments administratius i judicials, "los controles voluntarios ejercidos por organismos autónomos para suprimir la publicidad engañosa pueden evitar el recurso a una acción administrativa o judicial y que por ello deberían fomentarse".

Més recentment, la Directiva 2005/29/CE sobre pràctiques deslleials amb els consumidors preveu que els estats membres puguin fomentar el control de les pràctiques comercials deslleials per part dels responsables de codis de conducta, addicionat aquest mecanisme de control als procediments administratius o judicials que s'habilitin per reprimir les pràctiques deslleials, fent-les cessar o prohibint-les.

D'igual manera, en el sistema jurídic espanyol, la Llei 34/1988, de 11 de novembre, general de publicitat, assenyalava que les normes processals que regeixen en matèria de repressió i sanció de la publicitat il·lícita (actualment recollides a la Llei d'enjudiciament civil) s'han d'aplicar "sense perjudici del control voluntari de la publicitat que a aquest efecte hi pugui haver realitzat per organismes d'autodisciplina".

Per la seva banda, la Llei orgànica 1/2004, de 28 de desembre, de mesures de protecció integral contra la violència de gènere, preveu que "l'Administració pública ha de promoure acords d'autoregulació que, comptant amb mecanismes de control preventiu i de resolució extrajudicial de controvèrsies eficaços, contribueixin al compliment de la legislació publicitària".

Aquest reconeixement de l'autoregulació a Espanya s'ha consagrat després de la modificació de la Llei de l'Estat 3/1991, de 10 de gener, de competència deslleial, per la Llei 29/2009, de 30 de desembre, per la qual es modifica el règim legal de la competència deslleial i de la publicitat per a la millora de la protecció dels consumidors i els usuaris. El nou capítol V de la Llei 3/1991 reconeix i fomenta expressament els sistemes d'autoregulació i, en particular, els seus elements característics (codis de conducta, sistemes extrajudicials de resolució de controvèrsies i sistemes d'assessorament o de control previ publicitari), i estableix els requisits que han de complir sistemes d'autoregulació esmentats perquè siguin reconeguts legalment.

4. En l'àmbit audiovisual, tant la Llei de l'Estat 7/2010, general de la comunicació audiovisual, com la Llei 22/2005, de la comunicació audiovisual de Catalunya, reconeixen i fomenten els sistemes d'autoregulació publicitària. En concret, l'article 12 de la Llei 7/2010, que duu per títol El dret a l'autoregulació del prestador del servei de comunicació audiovisual, reconeix el dret dels prestadors del servei de comunicació audiovisual a aprovar codis en què es regulin els continguts de la comunicació audiovisual i assenyala que aquests codis es poden dotar d'instruments d'autocontrol previ col·lectiu.

Per la seva banda, l'article 79 de la Llei 22/2005, sota l'epígraf Foment de l'autoregulació, disposa que el "Consell de l'Audiovisual de Catalunya ha de promoure l'establiment d'acords entre els diversos prestadors de serveis de comunicació audiovisual, orientats a l'adopció voluntària de codis de conducta en matèria de continguts".

5. A Espanya existeix, des del 1996, una organització d'autodisciplina publicitària, que és l'Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), integrada per empreses anunciants, agències de publicitat, mitjans de comunicació i associacions de les anteriors, i a la qual pertanyen, entre d'altres, Televisió de Catalunya (TVC) i la resta dels operadors de televisió d'àmbit autonòmic, així com la FORTA i tots els operadors de televisió d'àmbit nacional, públics i privats (RTVE, Telecinco, Antena 3, Sogecable).

Aquesta associació, sense ànim de lucre, s'encarrega de gestionar el sistema d'autoregulació publicitària a Espanya. El seu objectiu és contribuir al fet que la publicitat constitueixi un instrument particularment útil en el procés econòmic, vetllant pel respecte a l'ètica publicitària i als drets dels consumidors, a exclusió de la defensa dels interessos professionals. L'associació té com a fins, entre d'altres, els següents:

- L'elaboració de codis d'ètica publicitària.
- La resolució de les reclamacions plantejades per la realització de publicitat presumptament il·lícita.
- L'assessorament previ a anunciants, agències o mitjans sobre la correcció legal i ètica d'un projecte de campanya determinat abans de difondre'l al públic.
- La col·laboració activa amb els poders públics per aconseguir que la publicitat s'ajusti a les normes per les quals es regeix.

6. Per al compliment adequat dels seus objectius, AUTOCONTROL es va dotar d'un doble instrument: un Codi de conducta publicitària, basat en el *Codi de pràctiques publicitàries* de la Cambra Internacional de Comerç, i d'un sistema adequat per al control de l'aplicació i el compliment d'aquestes normes, que funciona per mitjà de dos instruments. D'una banda, un mecanisme extrajudicial que atén i resol totes les controvèrsies plantejades contra missatges publicitaris difosos a través de qualsevol mitjà o suport; i, de l'altra, una eina addicional d'assessorament i de consulta prèvia (*copy advice*) abans de difondre els anuncis.

7. El sistema extrajudicial de resolució de controvèrsies en matèria publicitària, encarnat pel Jurat de la Publicitat d'AUTOCONTROL, està integrat per experts de prestigi reconegut en les àrees de dret, economia, sociologia, comunicació comercial, etc., i el 25% dels seus membres són designats a proposta de l'Institut Nacional de Consum (INC). L'activitat del Jurat de la Publicitat, desenvolupada mitjançant un procediment reglat, es regeix pels principis d'independència, transparència, contradicció, eficàcia, legalitat, llibertat i representació, de conformitat amb els criteris que fixa la Recomanació 98/257/CE de la Comissió Europea, relativa als principis aplicables als òrgans responsables de la solució extrajudicial de litigis en matèria de consum.

El sistema d'autoregulació encarnat a AUTOCONTROL ha assolit un nivell d'eficàcia alt en la resolució de controvèrsies en matèria publicitària i gaudeix d'un grau de credibilitat i d'autoritat tècnica alt. Prova d'això és el reconeixement de què gaudeix el sistema de resolució de controvèrsies d'AUTOCONTROL des de l'any 2000, en què el Govern espanyol va comunicar a la DGSANCO que el sistema d'autoregulació publicitària compleix amb els requisits que estableix la Recomanació 98/257/CE de la Comissió. D'aquesta forma, al final de l'any 2000, la Comissió Europea va incloure AUTOCONTROL en la denominada Xarxa de Centres Europeus del Consumidor (XARXA CEC) d'organismes extrajudicials de resolució de controvèrsies amb els consumidors.

Així, AUTOCONTROL ha acreditat el compliment dels requisits que estableix l'article 37 de la Llei de competència deslleial perquè sigui reconeguda legalment.

8. A més de l'activitat del Jurat de la Publicitat, AUTOCONTROL ofereix també una eina de consulta prèvia sobre projectes de campanyes publicitàries (*copy advice*), en línia amb els sistemes d'autoregulació publicitària del nostre entorn europeu, així com amb el que estableixen els *Common Principles of Best Practice* de la European Advertising Standards Alliance (EASA).

La consulta prèvia o *copy advice* consisteix a assessorar sobre la correcció legal i ètica d'un projecte de campanya determinat abans de difondre'l, amb els efectes preventius beneficiosos que se'n deriven. És voluntari, confidencial i no vinculant, i poden sol·licitar-lo els anunciants o les seves agències, així com els mitjans respecte dels anuncis que reben per difondre'ls. Des del 2002 s'han atès més de 50.000 sol·licituds de *copy advice*.

9. En l'àmbit més específic de la publicitat televisiva, amb l'objectiu comú de reforçar l'autoregulació del sector i facilitar la detecció i correcció preventives de la publicitat eventualment il·lícita a la televisió, el 13 de juny de 2002 els operadors de televisió i els membres d'AUTOCONTROL Antena 3 TV, RTVE, Publiespaña (Telecinco), Sogecable (per aquell temps, Canal Plus, ara Cuatro), la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicas (FORTA) i l'Asociación Española de Anunciantes (AEA) van subscriure un conveni pel qual es creava un procediment voluntari de verificació prèvia (*copy advice*) dels anuncis televisius sobre la licitud dels quals sorgissin dubtes (abans de difondre'ls), i en el qual AUTOCONTROL actuaria com òrgan de consulta independent i amb solvència tècnica reconeguda per als operadors de televisió. A aquest conveni s'hi va adherir Publiseis (La Sexta) el 2 d'octubre de 2006 i molts altres operadors d'àmbit estatal i autonòmic, com ara Televisió de Catalunya (TVC).

10. En consideració al que s'ha exposat, i en línia amb la normativa europea, estatal i autonòmica, convé establir un marc de relació entre el Consell de l'Audiovisual de Catalunya i AUTOCONTROL que, sense que menyscabi les competències del primer, permeti la cooperació mútua en el seguiment de la publicitat i la detecció, correcció i supressió de la publicitat incorrecta ateses les normes vigents.

11. Les parts signants d'aquest Conveni consideren que una col·laboració mútua en relació amb el que s'ha exposat més amunt contribuirà a millorar el desenvolupament de l'activitat publicitària en benefici de les persones consumidores, usuàries i telespectadores i del mateix sector audiovisual i publicitari.

Amb vista a tot l'anterior, i davant els seus objectius i interessos comuns, les parts intervinents, amb el desig d'arribar a les finalitats exposades, acorden subscriure aquest Conveni, d'acord amb les següents

ESTIPULACIONS

PRIMERA. Aquest Conveni té per objecte establir un marc de col·laboració entre el Consell de l'Audiovisual de Catalunya i AUTOCONTROL que, sense que menyscabi les competències del primer, permeti la cooperació mútua en el seguiment de la publicitat i la detecció, correcció i supressió de la publicitat incorrecta ateses les normes vigents.

SEGONA. Sense cap perjudici ni menyscapse de les seves competències, i tant amb caràcter previ a la iniciació de qualsevol procediment administratiu en matèria de publicitat, com durant la tramitació del procediment, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya pot sol·licitar a AUTOCONTROL informació sobre si un determinat missatge publicitari ha obtingut informe positiu en el marc del procediment de consulta prèvia o *copy advice*, així com si ha estat objecte d'un procediment de resolució extrajudicial de controvèrsies en el si del Jurat de la Publicitat. En cas afirmatiu de qualsevol dels dos supòsits ressenyats, AUTOCONTROL traslladarà al Consell de l'Audiovisual de Catalunya una còpia de les actuacions corresponents.

TERCERA. Sense perjudici ni menyscapse de les seves competències, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, amb caràcter previ a la incoació d'un procediment administratiu sancionador, pot sol·licitar l'actuació d'AUTOCONTROL en relació amb una comunicació comercial audiovisual concreta perquè aquesta associació la tramiti d'ofici davant el Jurat de la Publicitat d'acord amb als seus procediments d'autoregulació. AUTOCONTROL donarà trasllat del resultat de les seves actuacions al Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

QUARTA. El Consell de l'Audiovisual de Catalunya pot consultar a AUTOCONTROL, en els termes legalment previstos per al tràmit administratiu de consulta prèvia, sobre aquells projectes normatius que afectin la regulació de l'activitat publicitària.

CINQUENA. AUTOCONTROL pot sol·licitar la cooperació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya per emetre dictàmens, estudis, projectes i resolucions relacionats amb els objectius de l'associació i sobre qüestions que afectin l'autoregulació i el control deontològic de l'activitat publicitària.

SISENA. AUTOCONTROL pot sol·licitar la cooperació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya perquè li faciliti, sempre que sigui possible, informació sobre anuncis televisius determinats.

SETENA. El Consell de l'Audiovisual de Catalunya i AUTOCONTROL, a l'empara d'aquest Conveni, poden organitzar i dur a terme les accions de divulgació, formació o estudi que considerin convenientes de comú acord. Aquestes actuacions s'han de formalitzar, si s'escauen, mitjançant acords específics que s'han d'annexar a aquest conveni de col·laboració.

VUITENA. A l'efecte del seguiment de l'execució d'aquest conveni, les parts es comprometen a establir la Comissió de Seguiment corresponent, que, integrada paritàriament, s'ha de reunir de manera periòdica.

NOVENA. Aquest Conveni entra en vigor el dia que se signi, es redacta en llengua catalana i espanyola, i té una durada d'un any des que se signi. Aquest conveni es renovarà anualment si no és denunciat per qualsevol de les parts amb un preavís de tres mesos.

I, en prova de conformitat, les parts atorgants d'aquest Conveni, en la representació que ostenten, el signen en el lloc i la data indicats més amunt.

<u>Sr. Ramón Font Bové</u> President del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)	<u>Sr. Fernando Valdés Bueno</u> President de l'Asociación para la Autorregulación de la Comunicació Comercial (AUTOCONTROL)
---	---