

18/11/2016

La Generalitat firma un convenio con la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial en materia de control de la actividad publicitaria

- José M^a Vidal: “La autorregulación es una herramienta óptima para realizar un eficaz control de la publicidad”
- La Generalitat considera preciso asegurar los mecanismos de protección de los consumidores en materia de publicidad y comunicación comercial

El secretario autonómico de Comunicación de Presidencia de la Generalitat, José M^a Vidal, ha firmado un convenio con la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial en materia de control de la actividad publicitaria.

Vidal ha señalado que este convenio tiene por objeto “establecer un marco de cooperación mutua que contribuya a un mejor desarrollo de la actividad publicitaria para la que es competente, a efectos de control, la Secretaría Autonómica de Comunicación”.

La Generalitat considera preciso asegurar los mecanismos de protección de los consumidores en materia publicitaria y de comunicación comercial, de modo que se garantice el cumplimiento del Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Comunitat Valenciana.

En este sentido, el secretario autonómico de Comunicación considera que la autorregulación publicitaria “es una importante vía para llevar a cabo un eficaz control de la publicidad” y, por este motivo, la Generalitat apoyará este sistema de autorregulación de la publicidad televisiva sin que ello suponga perjuicio o menoscabo alguno de sus competencias, en particular, de inspección, control y sanción sobre los servicios de comunicación audiovisual.

Asimismo, José M^a Vidal ha recordado que, desde 1996, existe en España una organización de autodisciplina publicitaria denominada Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), que se encarga, por un lado, de

gestionar el sistema de autorregulación publicitaria en nuestro país mediante la resolución de las reclamaciones planteadas, tanto por sus asociados como por terceros, por la realización de publicidad presuntamente ilícita o desleal y, por otro lado, tiene un sistema de consulta previa para las empresas anunciantes, agencias y medios, y la colaboración activa con los poderes públicos para conseguir que la publicidad se ajuste a las normas por las que se rige.

Por este motivo, Vidal valora positivamente este sistema de consulta previa para la publicidad televisiva que gestiona de forma imparcial e independiente por AUTOCONTROL porque "coadyuva a procurar la correcta aplicación y cumplimiento de la Ley General de la Comunicación Audiovisual y demás normativa publicitaria que resulte de aplicación".