



En el marco del acuerdo entre la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI), AUTOCONTROL y las TVs

Más de 6.339 anuncios publicitarios han sido revisados antes de ser emitidos en televisión en 2012

- La protección de menores en la TV y en concreto la publicidad de juguetes, videojuegos y alimentos dirigidos a menores ha sido objeto de especial atención por el sistema
- AUTOCONTROL ha resuelto 154 reclamaciones publicitarias en 2012 y un total de 2.673 reclamaciones desde su creación en 1996
- De estas reclamaciones, 39 han sido sobre anuncios difundidos en televisión, haciendo un total de 842 casos atendidos en la materia desde 1996

Madrid, 4 de abril de 2013.- A raíz de la entrada en vigor en diciembre de 2003 del convenio entre la **Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI)** (Ministerio de Industria, Ciencia y Tecnología), las **televisiones** y **AUTOCONTROL** se ha venido realizando un control exhaustivo de la actividad en publicidad televisiva en España. El objetivo de este control es facilitar la detección preventiva y retirada de contenidos publicitarios que pudieran infringir lo dispuesto en la Ley de Televisión sin Fronteras. En concreto, en el año 2012, un total de **6.339 anuncios de televisión han pasado por el sistema de consulta previa de AUTOCONTROL** con el fin de vigilar el cumplimiento de la legalidad antes de su emisión. De estos anuncios, un total de 671 han sufrido modificaciones, es decir, se ha recomendado introducir cambios en el anuncio antes de su emisión, y en un total de 342 se ha desaconsejado su emisión.

AUTOCONTROL, junto con las televisiones y los anunciantes, ha cooperado con el Ministerio de Industria para procurar el cumplimiento de la normativa publicitaria en TV, bien a través de un control preventivo antes de su emisión, como ya se ha comentado, o de la **resolución extrajudicial de reclamaciones** una vez emitidos los anuncios en TV, con un total de **39 anuncios resueltos en 2012**.



Especial atención dentro del convenio de co-regulación ha merecido la **protección de los menores en la TV**, y en concreto la publicidad de juguetes, videojuegos y alimentos dirigidos a menores. En concreto, se han realizado 2.958 solicitudes de consulta previa (Copy Advice®) sobre publicidad dirigida a niños en televisión durante el 2012. De éstas, en 2.500 casos no se han apreciado inconvenientes al contenido del anuncio, en 408 casos se han recomendado modificaciones y tan sólo en 50 casos se ha desaconsejado la emisión del anuncio, lo que denota la gran responsabilidad de la industria de la TV en cuanto a la producción de contenidos adecuados para el público infantil.

La Comisión de Seguimiento de este convenio, formada por la Subdirección General de Contenidos de la Sociedad de la Información de la SETSI y AUTOCONTROL, se ha reunido periódicamente durante el año 2012, con el fin de evaluar el funcionamiento del sistema y fijar los criterios y directrices necesarios para el logro de los objetivos previstos en el citado convenio.

AUTOCONTROL ofrece un control a posteriori de toda la publicidad emitida, por medio del Jurado de la Publicidad, órgano extrajudicial de resolución de controversias, integrado en la RED ECC-NET (Red Europea de Centros de Consumidores) de la Comisión Europea y formado por expertos independientes (25% de los mismos son nombrados por el Instituto Nacional de Consumo). A este órgano pueden dirigir sus quejas de forma gratuita consumidores, sus asociaciones y la Administración, y tiene un plazo medio de 14 días en primera instancia.

Sobre AUTOCONTROL

*Con objetivo de gestionar el sistema español de autorregulación publicitaria se crea en 1995 AUTOCONTROL, una Asociación sin ánimo de lucro, compuesta por los principales Anunciantes, Agencias de Publicidad, Medios de Comunicación y Asociaciones profesionales relacionadas con la actividad publicitaria en España. En este momento, AUTOCONTROL cuenta con más de 449 miembros directos y 4.000 indirectos. Su objetivo es gestionar el sistema de autorregulación de la comunicación comercial sobre la base de tres instrumentos principales: un Código de Conducta, un órgano independiente (el Jurado de AUTOCONTROL de la Publicidad) que se encarga de resolver las controversias y reclamaciones y un Gabinete Técnico que presta asesoramiento previo a la difusión del anuncio a través del servicio de Consulta Previa (Copy Advice). Desde su creación AUTOCONTROL ha tramitado 2.673 casos, convirtiéndose en el mecanismo preferente de resolución de controversias en materia publicitaria de nuestro país. Además, se han atendido más de 85.243 consultas previas sobre proyectos de anuncios, desde la puesta en marcha del servicio de consulta previa en 2001. Así mismo AUTOCONTROL gestiona 19 códigos sectoriales y tiene firmados 18 Convenios de cooperación o corregulación con la Administración. **Más información:** www.autocontrol.es*

Contacto de prensa:

Sara Gil / Marina Gordillo
sara.gil@autocontrol.es / marina.gordillo@autocontrol.es
91.309.66.37 www.autocontrol.es