



# REGLAMENTO DEL JURADO DE LA PUBLICIDAD

---

El presente Reglamento del Jurado de la Publicidad ha sido aprobado por la Junta Directiva de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial el día 23 de abril de 1997. Última versión, con las modificaciones aprobadas por la Junta Directiva el día 17 de diciembre de 2014 (Fecha de entrada en vigor: 1 de marzo de 2015).

---

# TÍTULO I

## COMPOSICIÓN Y FUNCIONES

### Artículo 1 | Naturaleza e independencia

1. El Jurado de la Publicidad es un órgano especializado en materia deontológico-publicitaria, formado por personas independientes, con las atribuciones que se especifican en el presente Reglamento. En cuanto órgano especializado encargado de la resolución extrajudicial de controversias y reclamaciones en materia de comunicación comercial, el Jurado gozará de plena y absoluta independencia en sus funciones.
2. Los miembros del Jurado de la Publicidad deberán abstenerse en caso de conflicto de intereses.

### Artículo 2 | Sede

El Jurado de la Publicidad tiene su sede en la ciudad de Madrid, en la sede de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial.

### Artículo 3 | Composición

1. El Jurado de la Publicidad estará compuesto por un Presidente, entre tres y seis Vicepresidentes, y entre nueve y veinte vocales de indiscutible imparcialidad. Cada Vicepresidente será Presidente de una Sección de forma permanente.
2. Los miembros del Jurado de la Publicidad no podrán mantener, ni en los tres años anteriores ni mientras dure su mandato, relación laboral, mercantil, orgánica o de otra índole que implique colaboración estable con los miembros de la Asociación.
3. El Presidente, Vicepresidentes y Vocales del Jurado de la Publicidad serán nombrados y renovados por la Junta Directiva de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, por mayoría de sus miembros, entre expertos independientes de reconocido prestigio personal y profesional.
4. La duración de los cargos de Presidente y demás miembros del Jurado de la Publicidad será de dos años, pudiendo renovarse. La renovación parcial de los miembros del Jurado, según corresponda, se hará cada año.
5. Como Secretario del Jurado de la Publicidad actuará, con voz pero sin voto, el Director General de la Asociación o el Técnico de la misma en quien aquél delegue.

## Artículo 4 | Funciones

El Jurado de la Publicidad tendrá las siguientes funciones:

- a) Formular los anteproyectos de códigos éticos y otras normas de conducta en materia de comunicación comercial que se presenten a la Junta Directiva de la Asociación para su tramitación definitiva.
- b) Resolver, de conformidad con este Reglamento, las reclamaciones o controversias que se presenten en relación con las comunicaciones comerciales realizadas o difundidas por los asociados, o por terceros no asociados que acepten expresa o tácitamente su competencia, por presunta infracción de los códigos y normas de conducta aprobados por la Asociación.
- c) Emitir, en los supuestos y términos previstos en el presente Reglamento, Dictámenes que expresen su opinión deontológica y no vinculante acerca de la corrección de comunicaciones comerciales realizadas por terceros no vinculados que no aceptaren participar en el procedimiento previsto en el apartado anterior.
- d) Resolver las solicitudes de revisión de consultas previas elaboradas por el Gabinete Técnico, que pudieran plantear las personas físicas o jurídicas que sean responsables de la publicidad objeto de la consulta.
- e) Emitir informes de carácter técnico o deontológico sobre las diversas cuestiones publicitarias que le sean solicitados por la Asociación.
- f) Actuar como árbitro en aquellas cuestiones publicitarias que le sean sometidas a su decisión.
- g) Resolver, de conformidad con este Reglamento, las reclamaciones o controversias que se presenten por presunta infracción de la EASA *Best Practice Recommendation on Online Behavioural Advertising* y del IAB *Europe's OBA framework*, en actividades de publicidad comportamental realizadas por las empresas adheridas a la iniciativa europea sobre autorregulación de la publicidad comportamental.
- h) Cualquier otra función que le sea expresamente encomendada por la Junta Directiva sobre materias relacionadas con la deontología publicitaria.

## TÍTULO II

### ORGANIZACIÓN Y COMPETENCIAS

#### Artículo 5 | Funcionamiento

1. El Jurado de la Publicidad podrá actuar en Pleno o por Secciones.
2. Salvo lo dispuesto en el artículo 21, el Pleno se entenderá constituido cuando estén presentes en la reunión al menos la mitad más uno de los miembros del mismo, excluyendo, a efectos de este cómputo, aquellos miembros que se hubieren abstenido o cuya recusación hubiere sido aceptada. Será presidido por el Presidente y, en su ausencia, por uno de los cinco Vicepresidentes, que será el Presidente de la Sección que, estando presente, por su orden corresponda o, en su defecto, por uno de los miembros del Jurado elegido por votación de entre ellos.
3. Las Secciones estarán formadas por cuatro miembros, entre los cuales habrá un Vicepresidente, que será quien presida la Sección. Cada Sección contará, al menos, con tres miembros suplentes, que serán designados entre los vocales de las restantes Secciones y que podrán ser convocados por el Secretario para cubrir las eventuales ausencias que se produzcan.

#### Artículo 6 | Reuniones

El Jurado de la Publicidad, tanto el Pleno como las Secciones, se reunirán todas las veces que sea necesario, previa convocatoria del Secretario con al menos 48 horas de antelación, señalando el Orden del Día. En caso de especial urgencia, este plazo puede no observarse, pero deberá motivarse. En casos de necesidad, los miembros del Jurado podrán participar en sus reuniones por medios de comunicación a distancia.

#### Artículo 7 | El Presidente del Pleno

1. El Presidente del Jurado de la Publicidad presidirá el Pleno, y le corresponde el buen orden y gobierno del mismo. Adoptará las decisiones que aseguren su buen funcionamiento, cuidando que los Vocales cumplan debidamente sus obligaciones.
2. En caso de empate en las votaciones, si no es posible consensuar una solución mayoritaria, el Presidente tendrá voto de calidad.
3. El Presidente del Jurado resolverá acerca de las recusaciones que se presenten contra los miembros del Jurado.

## Artículo 8 | Competencias del Pleno

El Pleno tendrá competencias para:

- a) Aprobar los anteproyectos de códigos éticos y normas de conducta en materia de comunicación comercial.
- b) Emitir informes solicitados por la Asociación.
- c) Resolver los recursos de alzada que se interpongan contra las resoluciones dictadas por las Secciones.
- d) Revisar los Dictámenes no vinculantes sobre comunicaciones comerciales de terceros no asociados que hayan emitido las Secciones conforme a lo establecido en el Artículo 11 de este Reglamento.

## Artículo 9 | Secciones

1. Las Secciones del Jurado, con idénticas competencias, se distinguirán únicamente por su número: Sección Primera, Sección Segunda, Sección Tercera, Sección Cuarta, Sección Quinta y Sección Sexta.
2. Para su constitución válida, las Secciones necesitarán al menos tres miembros; uno de ellos habrá de ser su Presidente, que tendrá voto de calidad en caso de empate. Cada Sección tendrá asignados, de forma permanente, tres suplentes, que serán también miembros del Jurado de la Publicidad pertenecientes a otra Sección; estos vocales suplentes podrán ser convocados por el Secretario cuando sea necesario para alcanzar el quórum necesario para la válida constitución de la Sección.
3. Si por razones de participación, abstenciones o recusaciones aceptadas, una Sección no pudiera constituirse, el Secretario asignará los asuntos que le correspondan a otra Sección.
4. Para los asuntos que hubieran de resolverse, necesariamente, en el mes de agosto se constituirá una Sección especial, que estará formada por miembros de cualquiera de las Secciones, uno de los cuales será necesariamente el Presidente del Jurado de la Publicidad o uno de sus Vicepresidentes.

## Artículo 10 | Reparto de asuntos

1. Los asuntos se distribuirán entre las Secciones por orden de entrada. El Secretario del Jurado de la Publicidad los asignará, pudiendo agrupar varios asuntos para su estudio por una misma Sección, en cada sesión.
2. Cuando se considere, junto con el expediente, la Secretaria proporcionará al Jurado informes con antecedentes legales, jurisprudenciales o deontológicos relacionados con cada caso.

## Artículo 11 | Competencias de las Secciones

Las Secciones serán competentes para:

- a) Emitir informes solicitados por la Asociación.
- b) Resolver las reclamaciones o controversias que se presenten en relación con las comunicaciones comerciales realizadas o difundidas por los asociados, o por terceros no asociados que acepten expresa o tácitamente la competencia del Jurado, por la presunta infracción de los códigos y normas de conducta que aplica la Asociación.
- c) Emitir, en los supuestos y términos previstos en el presente Reglamento, Dictámenes que expresen su opinión deontológica y no vinculante acerca de la corrección de comunicaciones comerciales realizadas por terceros no vinculados que no aceptaren participar en el procedimiento previsto en el apartado anterior.
- d) Resolver las solicitudes de revisión de consultas previas elaboradas por el Gabinete Técnico, de conformidad con este Reglamento.
- e) Actuar como árbitro en aquellas cuestiones publicitarias sometidas a su decisión.
- f) Atender las solicitudes de aclaración previstas en el Artículo 27.
- g) Resolver, de conformidad con este Reglamento, las reclamaciones o controversias que se presenten por presunta infracción de la EASA *Best Practice Recommendation on Online Behavioural Advertising* y del IAB *Europe's OBA framework*, en actividades de publicidad comportamental realizadas por las empresas adheridas a la iniciativa europea sobre autorregulación de la publicidad comportamental.

# TÍTULO III

## FUNCIONAMIENTO DEL JURADO

### CAPÍTULO I

#### INFRACCIONES DE CÓDIGOS Y NORMAS DE CONDUCTA

#### Artículo 12 | Procedimiento

1. El procedimiento se incoará por solicitud o reclamación de cualquier persona que tenga interés legítimo en que se proceda en relación con una determinada comunicación comercial. También podrán iniciarlo de oficio, cuando las circunstancias lo requieran, los órganos de gobierno de la Asociación.
2. El Jurado de la Publicidad también conocerá y resolverá las reclamaciones transfronterizas que se presenten según los procedimientos establecidos por la *European Advertising Standards Alliance*.
3. Además, el Jurado de la Publicidad resolverá las reclamaciones que se presenten contra anuncios ya emitidos en otros países y condenados en firme por el correspondiente órgano nacional de AUTOCONTROL publicitario adherido a la *European Advertising Standards Alliance*, o por órgano judicial o equivalente, sobre los que existan indicios suficientes de su inminente emisión en España, y salvo que el anunciante afectado declare formalmente su intención definitiva de no emitirlos.
4. Para la tramitación de las reclamaciones o controversias que se presenten por infracción de las reglas sobre publicidad comportamental previstas en la *EASA Best Practice Recommendation on Online Behavioural Advertising* y del *IAB Europe's OBA framework*, se tendrán en cuenta, cuando proceda, las reglas procedimentales previstas en la citada recomendación y sus documentos de desarrollo.

#### Artículo 13 | Reclamación

1. Toda reclamación sobre infracción de códigos éticos o normas de conducta publicitaria deberá hacerse por escrito. En el mismo se harán constar:
  - a) Nombre y apellidos, denominación o razón social del reclamante, así como domicilio y, en su caso, los datos personales del representante, que deberá acreditar su apoderamiento.
  - b) Una dirección de correo electrónico a la que puedan dirigirse las notificaciones, resultando válida a partir de ese momento cualquier notificación dirigida y confirmada su entrega a la dirección indicada.
  - c) Los hechos constitutivos de la eventual infracción que se denuncia y la correspondiente petición.
  - d) Al escrito se acompañarán los documentos y pruebas que corroboren los hechos.
  - e) En su caso, la propuesta de recusación de algún miembro del Jurado de la Publicidad.

2. No se tramitarán reclamaciones sobre anuncios que no se hubieran difundido en los doce meses anteriores, salvo en los supuestos previstos en el Artículo 12.3 de este Reglamento. Tampoco se tramitarán aquellas reclamaciones que el reclamado acepte, siempre que éste se comprometa por escrito a cesar de manera definitiva la difusión de la comunicación comercial cuestionada.
3. De igual manera, no se admitirá a trámite una reclamación referida a una comunicación comercial que haya sido resuelta o esté en tramitación en un proceso judicial o procedimiento administrativo.
4. La admisión a trámite, por parte de los Tribunales de Justicia, de cualquier demanda contra una comunicación comercial que sea objeto de reclamación ante el Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL, supondrá la paralización del procedimiento seguido ante éste.

## Artículo 14 | Recusación y abstención

1. Serán causas de recusación y abstención de los miembros del Jurado de la Publicidad:
  - a) Tener interés directo o indirecto en el asunto del que conoce el Jurado.
  - b) Prestar o haber prestado servicios profesionales, en un plazo inferior a un año, para alguna de las partes contendientes.
  - c) Mantener o haber mantenido relaciones laborales con alguna de las partes contendientes.
  - d) Estar o haber sido denunciado o acusado por alguna de las partes como responsable de algún delito o falta.
  - e) Ser o haber sido denunciante o acusador de cualquiera de las partes.
  - f) Tener o haber tenido pleito pendiente con alguna de éstas.
  - g) Amistad o enemistad manifiesta con alguna de las partes.
2. El miembro del Jurado de la Publicidad en quién concurran alguna de las causas expresadas anteriormente deberá abstenerse del conocimiento del asunto sin esperar a que se le recuse.
3. Están legitimados para recusar a un miembro del Jurado de la Publicidad las partes y los órganos de la Asociación.
4. El reclamante habrá de solicitar la recusación en el escrito de reclamación. El reclamado deberá proponer la recusación en el plazo de 3 días hábiles, computado a partir de la recepción del escrito de emplazamiento y notificación de la reclamación. A la vista de la solicitud motivada de recusación, el Presidente del Jurado de la Publicidad resolverá. El Secretario comunicará la decisión al Presidente de la Sección correspondiente y a las partes.
5. A efectos de posibles abstenciones, se comunicará a los miembros de la Sección correspondiente los asuntos que vayan a ser tratados.



## Artículo 15 | Cómputo de plazos

1. A efectos del cómputo de los plazos, se considerarán inhábiles los sábados, domingos, festivos, los días 24 a 31 de diciembre y el mes de agosto.
2. No obstante lo dispuesto en el párrafo anterior, y en lo relativo al mes de agosto, el reclamante podrá en el escrito de reclamación solicitar su habilitación, presentando cuantas alegaciones y pruebas estime oportunas que justifiquen la urgencia en la tramitación del procedimiento.
3. La Secretaría del Jurado, con el visto bueno del Presidente o, en su defecto, del Presidente de la Sección de Guardia, procederá al análisis de las alegaciones y pruebas presentadas por el reclamante y, en caso de apreciar razones de urgencia, habilitará el mes de agosto para la tramitación del procedimiento e intentará la convocatoria de la Sección de Guardia a la que se refiere el Artículo 9 del presente Reglamento.

## Artículo 16 | Emplazamiento

1. El Secretario del Jurado de la Publicidad, una vez recibida la reclamación y verificado que se cumplen los requisitos establecidos en los Estatutos de AUTOCONTROL y en este Reglamento, emplazará a la parte o partes reclamadas, con entrega de copia de la reclamación y documentos aportados, a fin de que en el plazo de 5 días hábiles a partir de la recepción, presente, en la sede de la Asociación, escrito de contestación y aporte las pruebas que considere oportunas.
2. A efectos de cómputo de los plazos, los documentos que deban entregarse para su tramitación, se recepcionarán en los horarios de oficina de la Asociación (teniendo en cuenta, cuando proceda, el horario estival u otros horarios diferenciados).
3. Las empresas adheridas a AUTOCONTROL, así como quienes insten la actuación de sus órganos o de cualquier manera se sometan a sus procedimientos, estarán obligados a proporcionar una dirección de correo electrónica válida donde recibir notificaciones. Cualquier notificación se considerará válidamente efectuada desde el momento en que haya sido remitida y confirmada su entrega a la dirección de correo indicada.

## Artículo 17 | Mediación

1. En el caso de existir la posibilidad de alcanzar un acuerdo amistoso entre las partes, se podrá resolver la reclamación presentada mediante la mediación de AUTOCONTROL, sin necesidad de que aquélla sea trasladada al Jurado de la Publicidad.
2.
  - a) El Secretario del Jurado de la Publicidad intentará la mediación entre las partes, si el reclamado lo solicita-
  - b) La no aceptación por parte del reclamante del intento de mediación supondrá el archivo de la reclamación.

3. De no haberse alcanzado un acuerdo de mediación antes de la preceptiva reunión del Jurado, éste resolverá la reclamación en los plazos establecidos en el presente Capítulo. En ningún caso, el plazo para que el reclamado formule su contestación se verá interrumpido por el intento de mediación.
4. La mediación se desarrollará conforme a lo previsto en la Ley 5/2012, de 6 de julio, de mediación en asuntos civiles y mercantiles.

## Artículo 18 | Tramitación

1. Recibido el escrito de contestación o, en su caso, transcurrido el plazo señalado según el Artículo 16, la Sección correspondiente examinará los escritos y documentos aportados por las partes contendientes y practicadas las pruebas, que la misma considere, se adoptará la resolución de fondo.

Las partes podrán presentar ante el Jurado de la Publicidad estudios de opinión fiables en apoyo de sus respectivas alegaciones, que serán valorados junto con las restantes pruebas que obren en el expediente, siempre que estén validados por organismos de acreditada solvencia e independencia especializados en el sector de la investigación de mercados reconocidos por la Asociación o, en su defecto, sean aceptados por el Jurado.

2. En caso de que el escrito presentado por el reclamante se dirija contra las comunicaciones comerciales de un tercero no vinculado que no aceptare participar en el procedimiento, la Sección correspondiente no emitirá resolución, pero podrá emitir, de oficio o a solicitud de interesado con interés legítimo, un dictamen que exprese su opinión deontológica no vinculante acerca de la corrección de las comunicaciones comerciales realizadas por dicho tercero.

## Artículo 19 | Recurso de alzada y revisión de dictámenes

1. Contra la resolución de la Sección se podrá entablar recurso de alzada ante el Pleno, dentro del plazo de cuatro días hábiles, computados a partir del día siguiente al de la recepción de la correspondiente resolución.
2. Asimismo, se podrá solicitar al Pleno la revisión del contenido del Dictamen deontológico no vinculante emitido por la Sección de conformidad con lo establecido en este Reglamento, dentro del plazo de cuatro días hábiles computados desde el día siguiente al de la recepción del correspondiente Dictamen.

## Artículo 20 | Tramitación del recurso de alzada

1. El recurso de alzada se deberá interponer por escrito, consignando -con la debida separación- los motivos de impugnación de la resolución recurrida.
2. Una vez recibido el recurso de alzada, el Secretario procederá a dar traslado de tal recurso a la parte contraria para que lo pueda impugnar dentro del plazo de cuatro días hábiles desde su recepción.
3. Recibido el escrito de impugnación o transcurrido el plazo fijado en el apartado anterior, el Pleno se reunirá para deliberar y emitir la correspondiente resolución.
4. En la tramitación de este recurso sólo se admitirían las pruebas que por razones objetivas o temporales, debidamente acreditadas, no hayan podido practicarse ante la Sección.

## Artículo 21 | Resolución del recurso de alzada o de la revisión de dictámenes

A los efectos de conocer y resolver los recursos de Alzada o las revisiones de Dictámenes no vinculantes, el Pleno se entenderá constituido por una Sala compuesta por el Presidente del Jurado de la Publicidad y los Presidentes y vocales (titulares o suplentes) de dos Secciones que no hayan participado en la adopción de la resolución recurrida. A efectos de *quorum* y de sustitución del Presidente será de aplicación, a estas Salas, lo previsto en el Artículo 5.2.

## Artículo 22 | Nuevas pruebas

Si el Jurado o su Presidente lo estimasen pertinente podrá ordenar la práctica de pruebas que, permitan un mejor esclarecimiento de los hechos.

Entre otras, y sin perjuicio de lo dispuesto en el Artículo 18, el Jurado podrá solicitar o encargar la realización de estudios de opinión fiable, de acuerdo con las partes y costeada por éstas.

## Artículo 23 | Vista oral

El Presidente, de la Sección o del Pleno, podrá acordar, cuando lo considere oportuno para la mejor resolución de la controversia planteada, la celebración de comparecencia oral de las partes, previa a la deliberación por parte del Jurado de la Publicidad. En el marco de todas las fases de un mismo procedimiento, cada parte podrá solicitar únicamente una vista oral.

## Artículo 24 | No publicidad de la tramitación

Las partes contendientes se comprometerán a evitar la difusión de la tramitación de la reclamación y su resolución en tanto ésta sea dictada y haya sido hecha pública por AUTOCONTROL.

## Artículo 25 | Resolución

1. Los acuerdos se adoptarán por mayoría de sus miembros. El disidente, en su caso, podrá formular voto particular, que se acompañará a la correspondiente resolución. En caso de empate, el Presidente tendrá voto de calidad.
2. La resolución que determine la infracción del acto publicitario enjuiciado, contendrá alguno o todos de los siguientes pronunciamientos:
  - a) Declaración de incorrección de la publicidad objeto de controversia.
  - b) Instar al anunciante la cesación definitiva de la publicidad o rectificación de la misma.
  - c) Amonestación.
  - d) Difusión de la resolución en la forma que la Junta Directiva estime pertinente, en aquellos casos, en los que, a juicio del Jurado, el asunto revista especial gravedad.
  - e) En caso de infracción de la EASA *Best Practice Recommendation on Online Behavioural Advertising*, y cuando proceda, instar a la retirada, bien del sello de confianza de la *European Interactive Digital Advertising Alliance* (EDAA "Trust Seal"), bien el icono identificativo de la publicidad comportamental *on online behavioural advertising de la European Interactive Digital Advertising Alliance* (OBA Icon).

## Artículo 26 | Motivación

Las resoluciones por infracción de los códigos éticos y normas de conducta en materia de comunicación comercial serán motivadas. En su parte dispositiva, las resoluciones contendrán el pronunciamiento sobre la existencia o inexistencia de la infracción denunciada y, en su caso, las sanciones que proceda imponer.

## Artículo 27 | Solicitud de aclaración

1. Cualquiera de las partes que hubieren intervenido en el proceso, podrá solicitar aclaración de la resolución en un plazo máximo de dos días mediante escrito dirigido al Secretario de AUTOCONTROL, quien dará traslado de éste al Presidente de la Sección que hubiere conocido del asunto o, si se tratare de un recurso de alzada, al Presidente del Pleno.
2. La solicitud de aclaración no interrumpirá, en ningún caso, el plazo para la interposición del recurso de alzada.

## Artículo 28 | Ejecución de la resolución

1. Las resoluciones dictadas por las Secciones o el Pleno del Jurado de la Publicidad, se comunicarán, con carácter inmediato, a las partes y asociados afectados para su cumplimiento.
2. La Junta Directiva supervisará e impondrá de manera eficaz la ejecución de las resoluciones firmes del Jurado de la Publicidad.

## Artículo 29 | Publicidad de las decisiones del Jurado

Todas las Resoluciones y Dictámenes del Jurado de la Publicidad, excepto aquellos que versen sobre publicidad de la que sean responsables personas que hubieren rechazado su competencia, se harán públicas mediante su inclusión en la Revista, página Web u otros medios de AUTOCONTROL.

## Artículo 30 | Efectos de las resoluciones

1. Las resoluciones del Jurado de la Publicidad serán vinculantes para todos los asociados de AUTOCONTROL, para cualesquiera otras personas que se encuentren vinculadas a las mismas, y para aquellas personas no vinculadas que hayan aceptado expresa o tácitamente su competencia.
2. En particular, y sin excluir otros supuestos, se entenderá que existe aceptación de la competencia del Jurado cuando una persona no vinculada inste o solicite la actuación de AUTOCONTROL en cualquiera de sus procedimientos, cuando la haya instado o solicitado en el año inmediatamente anterior a la fecha en la que deba determinarse si existe aceptación de la competencia del Jurado, o cuando conteste a una reclamación formulada frente a ella sin objetar la competencia del Jurado.

## Artículo 31 | Efectos de los dictámenes no vinculantes

Los Dictámenes no vinculantes emitidos por las Secciones o el Pleno del Jurado de la Publicidad de conformidad con lo establecido en este Reglamento, serán comunicados al solicitante y, cuando el Jurado o los órganos directivos de la Asociación lo estimen conveniente, a las autoridades administrativas o judiciales competentes.

## CAPÍTULO II CONSULTAS Y ARBITRAJE

### Artículo 32 | **Solicitud de Consultas Previas**

1. Los anunciantes, y/o sus agencias, podrán solicitar consultas previas en las que se informe sobre la licitud y corrección deontológica de anuncios propios que estén en fase de elaboración o se vayan a emitir. La emisión de la consulta se realizará confidencialmente para el solicitante.
2. Los medios de difusión, en relación con los anuncios que hayan recibido para su difusión, podrán solicitar consultas previas en las que se determine, por medio de un examen urgente y preliminar, si existen razones significativas que puedan desaconsejar, con carácter preventivo, la emisión del anuncio.
3. Las Consultas Previas serán elaboradas por el Gabinete Técnico de la Asociación y no vincularán ni al solicitante ni al Jurado de la Publicidad.
4. En aquellos casos en los que el solicitante no esté conforme con el contenido de la consulta previa emitida por el Gabinete Técnico, podrá solicitar su revisión por la Sección del Jurado de la Publicidad que por turno corresponda, aportando cuantas alegaciones y documentos o pruebas considere. La resolución que adopte la Sección del Jurado de la Publicidad será siempre vinculante para el solicitante.
5. Si se presentase una reclamación contra una comunicación comercial que hubiese sido objeto de consulta previa, conocerá de la misma la Sección que por turno corresponda, absteniéndose la Sección del Jurado de la Publicidad que en su caso hubiese revisado la consulta previa emitida por el Gabinete Técnico.

### Artículo 33 | **Imposibilidad de utilización publicitaria**

Los resultados de las consultas confeccionadas por el Gabinete Técnico de la Asociación y el hecho de haber sido solicitados o emitidos no podrán mencionarse en la publicidad, salvo en aquellos casos en los que el Código de Conducta aplicable por AUTOCONTROL a la publicidad prevea dicha mención.

### Artículo 34 | **Arbitraje**

1. El Jurado de la Publicidad podrá actuar como árbitro institucional, si las partes contendientes convienen en ello.
2. En este supuesto, las partes podrán elegir -entre los miembros del Jurado de la Publicidad los árbitros: uno, tres o cinco. Si no existiese acuerdo sobre el nombramiento de los árbitros y el arbitraje fuese de equidad, éste se realizará por la Sección a la que por turno corresponda.

## Artículo 35 | Procedimiento arbitral

1. En sus actuaciones, el árbitro o árbitros o, en su caso, la Sección se acomodarán a lo prevenido en la Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje.
2. El laudo arbitral no será en ningún caso recurrible ante el Pleno del Jurado de la Publicidad.

## Artículo 36 | Colaboración con la Administración

En el caso de que las Autoridades administrativas o jurisdiccionales solicitasen opinión sobre una determinada comunicación comercial, se pondrá a su disposición, de haberse emitido, la correspondiente resolución/dictamen del Jurado de la Publicidad y/o el informe elaborado por el Gabinete Técnico si aquella comunicación comercial hubiera superado el procedimiento de consulta previa. De no existir, o si es trasladada o comunicada una petición de intervención de AUTOCONTROL por las citadas Autoridades, será trasladada al Jurado de la Publicidad para que de oficio se inicie el procedimiento de tramitación de reclamación previsto en el Artículo 13 y siguientes de este Reglamento a fin de obtener la correspondiente resolución o dictamen del Jurado.

## Disposición final | Entrada en vigor

Los cambios introducidos en el presente Reglamento entrarán en vigor una vez publicados en la Revista y web de AUTOCONTROL, el 1 de marzo de 2015.



 C/ Príncipe de Vergara 109, 5ª planta - 28002 Madrid

 +34 91 309 66 37 |  +34 91 402 50 80

 [autocontrol@autocontrol.es](mailto:autocontrol@autocontrol.es)

 [www.autocontrol.es](http://www.autocontrol.es)