


DECISIÓN 32/2013 SOBRE EMISIÓN DE COMUNICACIONES COMERCIALES DE NATURALEZA POLÍTICA EN EL PRESTADOR LOCAL DIGITAL UNA TV DE CHICLANA.

1. El Consejo Audiovisual de Andalucía detectó con fecha 15 de mayo de 2013, y analizó en la sesión de la Comisión de Contenidos y Publicidad celebrada el 28 de mayo de 2013, la emisión de comunicaciones comerciales de naturaleza política, todas ellas suscritas por el PSOE de Chiclana de la Frontera, en el prestador local Una TV Chiclana (canal digital 52, demarcación de Chiclana de la Frontera)

Las emisiones detectadas en el mencionado prestador se incluyen en la siguiente tabla, indicando también el número de versión publicitaria de las 3 existentes:

ID Clip	Hora inicio	Hora fin	Duración	Nº versión
CONSULTA-07/TED-1296530	02/05/2013 23:38:08	02/05/2013 23:39:02	00:00:54	1
CONSULTA-07/TED-1296530	02/05/2013 22:51:55	02/05/2013 22:52:47	00:00:52	2
CONSULTA-07/TED-1296530	02/05/2013 22:09:26	02/05/2013 22:10:03	00:00:37	3
CONSULTA-07/TED-1296509	02/05/2013 21:16:06	02/05/2013 21:17:00	00:00:54	1
CONSULTA-07/TED-1296505	02/05/2013 20:15:39	02/05/2013 20:16:30	00:00:51	2
CONSULTA-07/TED-1296500	02/05/2013 19:12:59	02/05/2013 19:13:51	00:00:52	1
CONSULTA-07/TED-1296485	02/05/2013 18:18:38	02/05/2013 18:19:15	00:00:37	3
CONSULTA-07/TED-1296458	02/05/2013 17:54:52	02/05/2013 17:55:45	00:00:53	2
CONSULTA-07/TED-1296438	02/05/2013 17:30:20	02/05/2013 17:31:13	00:00:53	1

Código Seguro De Verificación:	xVyRkt+7fJcfffXRJgaP0xw==	Fecha	18/06/2013		
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano				
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/xVyRkt+7fJcfffXRJgaP0xw==	Página	1/7		

CONSULTA-07/TED-1296431	02/05/2013 16:40:38	02/05/2013 16:41:16	00:00:38	3
CONSULTA-07/TED-1296425	02/05/2013 16:05:24	02/05/2013 16:06:16	00:00:52	2
CONSULTA-07/TED-1296425	02/05/2013 15:59:48	02/05/2013 16:00:25	00:00:37	3
CONSULTA-07/TED-1296416	02/05/2013 15:31:36	02/05/2013 15:32:30	00:00:54	1
CONSULTA-07/TED-1296416	02/05/2013 15:25:07	02/05/2013 15:25:59	00:00:52	2
CONSULTA-07/TED-1296414	02/05/2013 14:23:54	02/05/2013 14:24:33	00:00:39	3
CONSULTA-07/TED-1296403	02/05/2013 13:33:50	02/05/2013 13:34:44	00:00:54	1
CONSULTA-07/TED-1296091	02/05/2013 1:17:22	02/05/2013 1:17:58	00:00:36	3
CONSULTA-07/TED-1296039	02/05/2013 0:18:52	02/05/2013 0:19:46	00:00:54	1

Las 3 versiones publicitarias comienzan y terminan con el logotipo del PSOE de Chiclana, y se articulan con una voz en *off* que enuncia un mensaje cuyos aspectos destacados pueden leerse a través de rótulos en pantalla.

Las versiones 1 y 3 presentan idéntico formato, combinando la exposición de datos sobre el desempleo en la localidad con imágenes ilustrativas y finalizando con el lema *Hay alternativa*. Por su parte, la versión 2 publicita un concurso fotográfico organizado por el PSOE de Chiclana e incluye, en un *scroll* no permanente, referencias a sus discrepancias en cuestiones urbanísticas con el equipo de gobierno (PP) del Ayuntamiento de la ciudad

El análisis formal de las piezas, su duración similar a la de los anuncios comerciales y el hecho de que hayan sido emitidas insertas en bloques de publicidad indica que se trata de comunicaciones comerciales.

Por otro lado, la naturaleza política de las mismas se revela de acuerdo con los criterios interpretativos del CAA de definición de las comunicaciones comerciales de naturaleza política:

- El emisor de los anuncios es un partido político, el PSOE de Chiclana de la Frontera, tal como se aprecia con la inserción del logotipo y el comienzo común de todas las versiones: *El PSOE de Chiclana informa*.


Código Seguro De Verificación:	xVyRkt+7fJcfffXRJgaP0xw==	Fecha	18/06/2013
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano		
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/xVyRkt+7fJcfffXRJgaP0xw==	Página	2/7

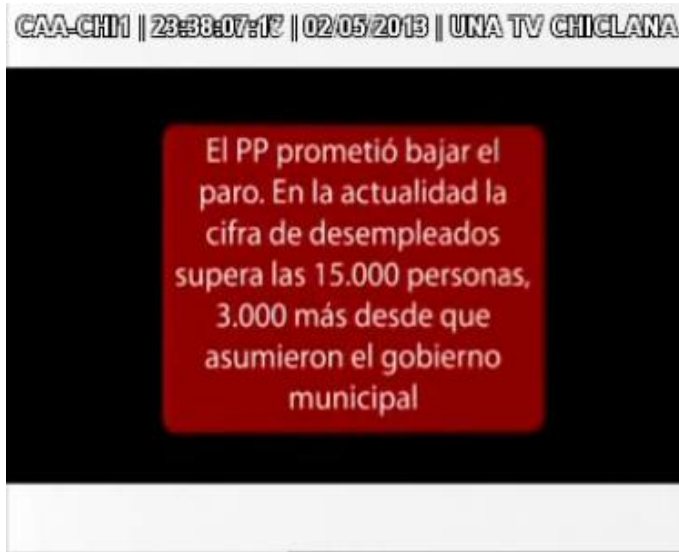




- Los mensajes transmitidos pretenden influir desde postulados partidistas en la opinión pública en asuntos que forman parte del debate político, como la crisis económica o, en el ámbito local, los proyectos urbanísticos del Ayuntamiento de Chiclana de la Frontera:
 - Versión 1: *A pesar de que el PP prometió bajar el paro en Chiclana, en la actualidad la cifra de desempleados supera las 15.000 personas, 3.000 más desde que asumieron el gobierno municipal, un 20% más de paro en Chiclana. Para colmo, lejos de invertir 4 millones de euros en un plan de empleo fuerte y que pueda beneficiar a miles de chiclaneros y chiclaneras, el gobierno del PP pone en marcha cursos de formación en los que se benefician solo 75 parados que ni siquiera cotizan a la Seguridad Social. Por si fuera poco, de los 500.000 euros previstos para planes de empleo en 2012, el gobierno popular tan solo se ha gastado 30.000, mientras el resto se ha destinado a reducir el déficit de un ayuntamiento con superávit.*

Código Seguro De Verificación:	xVyRkt+7fJcfffXRJgaP0xw==	Fecha	18/06/2013
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano		
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/xVyRkt+7fJcfffXRJgaP0xw==	Página	3/7






- Versión 3: *El Ayuntamiento de Chiclana ha logrado en 2012 un superávit de 16 millones de euros, más de 2.700 millones de pesetas. Sin embargo, han dejado de gastar 1.300.000 euros en ayudas sociales y planes de empleo que podrían beneficiar a una parte importante de los 15.000 parados de Chiclana. A pesar de que las cifras del paro se disparan, el gobierno del PP de Chiclana continúa con su política de ahorro y recortes, lo que nos lleva a tener un ayuntamiento más rico y un pueblo más pobre.*




- Versión 2 (scroll): *El equipo de gobierno del PP propone un proyecto alejado del deseo de los chiclaneros y chiclaneras. Queremos un Sancti Petri público para el uso y disfrute de todos.*

Código Seguro De Verificación:	xVyRkt+7fJcfffXRJgaP0xw==	Fecha	18/06/2013		
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano				
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/xVyRkt+7fJcfffXRJgaP0xw==	Página	4/7		



- Las versiones publicitarias promueven los intereses del partido que las suscribe al atribuirse la defensa de acciones beneficiosas para la ciudadanía (Versión 2: *El PSOE de Chiclana organiza el concurso fotográfico "Rescatar Sancti Petri" con el que se pretende recopilar fotografías tanto antiguas como recientes del poblado almadrabero para su posterior exposición en la Casa del Pueblo y en el propio Sancti Petri. Las personas interesadas en participar podrán presentar hasta un máximo de 3 instantáneas antes del próximo 30 de abril. Así, se otorgarán 2 primeros premios de 300 euros y otros 2 segundos premios de 100 euros: las bases del concurso podrán obtenerlas en la página web del PSOE de Chiclana, www.psoechiclana.com. Por un Sancti Petri público de los chiclaneros y chiclaneras. Rescatar Sancti Petri depende de ti*). Este propósito queda asimismo reflejado en el lema que cierra 2 de las versiones publicitarias: *Hay alternativa*.



Código Seguro De Verificación:	xVyRkt+7fJcfxRjgaP0xw==	Fecha	18/06/2013		
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano				
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/xVyRkt+7fJcfxRjgaP0xw==	Página	5/7		

En conclusión, los informes técnicos del Consejo acreditan suficientemente el carácter publicitario y político de las piezas, por lo que no hay duda alguna de que se trata de comunicaciones comerciales de naturaleza política, regulada en la LGCA, en la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General (LOREG en adelante), así como el resto de normativa relativa a la comunicación audiovisual y a la comunicación comercial.

- La Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante LGCA), define en el artículo 2.24 qué se entiende por comunicación comercial, pero no contiene una definición de la comunicación comercial de naturaleza política. El Pleno del Consejo Audiovisual aprobó el 7 de marzo de 2012 la Decisión 3/2012, que define los criterios interpretativos de definición de las comunicaciones comerciales de naturaleza política.

Según se establece en dicho documento, para determinar si un mensaje publicitario tiene naturaleza política se habrán de valorar, atendiendo a las circunstancias del caso concreto y de forma conjunta y concurrente, los siguientes elementos: la condición del emisor, el momento o contexto en el que se emite y la finalidad principal que se busca cuando se emite. En el análisis del emisor del anuncio se considerará la intervención de:


- los partidos políticos y gobiernos
- las organizaciones en cuyos estatutos se contemple una finalidad o actividad política
- los organismos, colectivos, plataformas o grupos que propugnen un cambio político
- cualquier persona u organización que promueva un proyecto político.

En segundo lugar, en cuanto a la finalidad del anuncio se considerará que tiene una finalidad política si exhibe el propósito de:

- promover los intereses de un partido político, grupo o líder político
- influir en el resultado de un proceso electoral
- influir desde postulados partidistas en la opinión pública en asuntos que forman parte del debate político.

- El artículo 18.6 de la LGCA establece que *está prohibida la comunicación comercial de naturaleza política, salvo en los supuestos previstos por la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, de Régimen Electoral General.*

De conformidad con el artículo 61.1 de la LGCA, la responsabilidad administrativa por las infracciones de la LGCA es exigible al prestador de servicio de comunicación audiovisual. Sin embargo, el apartado 2 del artículo 61 señala que *no incurrirá en responsabilidad administrativa el prestador del servicio de comunicación audiovisual, ni los prestadores de los servicios de comunicación electrónica y de servicio de catálogo de programas, cuando emitan comunicaciones comerciales elaboradas por personas ajenas al*

Código Seguro De Verificación:	xVyRkt+7fJcfxRjgaP0xw==	Fecha	18/06/2013		
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano				
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/xVyRkt+7fJcfxRjgaP0xw==	Página	6/7		

prestador y que supongan una infracción de acuerdo con la normativa vigente sobre publicidad.

No obstante, según lo previsto en el artículo 61.2, *el prestador del servicio habrá de cesar en la emisión de tal comunicación comercial al primer requerimiento de la autoridad audiovisual o de cualquier organismo de autorregulación al que pertenezca.* De no atender el requerimiento de cese, el prestador de servicio de comunicación audiovisual podría incurrir en una infracción grave, de acuerdo con el artículo 58.5 de la LGCA, por incumplimiento de las decisiones de la autoridad audiovisual, pudiendo ser sancionado con una multa de 100.001 a 500.000 euros.

Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos celebrada el día 28 de mayo de 2013, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, de conformidad con lo establecido en el artículo 4.6 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, en su reunión de 12 de junio de 2013, y previa deliberación de sus miembros acuerda por **UNANIMIDAD** las siguientes

DECISIONES


PRIMERA.- Requerir al prestador local Una TV Chiclana el cese de las comunicaciones comerciales de naturaleza política, de conformidad con el artículo 61.2 párrafo segundo, por tratarse de publicidad prohibida de acuerdo con el artículo 18.6 de la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA).

SEGUNDA.- Advertir al prestador de servicio de comunicación audiovisual que la publicidad de naturaleza política está prohibida, salvo en los supuestos previstos por la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, de Régimen Electoral General. De no atender el requerimiento del Consejo Audiovisual de Andalucía, podría ser sancionado con multa de 100.001 a 500.000 euros por la comisión de la infracción tipificada en el artículo 58.5 de la LGCA.

En Sevilla, a 12 de junio de 2013

**LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL
DE ANDALUCÍA**

Fdo: Emelina Fernández Soriano

Código Seguro De Verificación:	xVyRkt+7fJcfxRjgaP0xw==	Fecha	18/06/2013		
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano				
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/xVyRkt+7fJcfxRjgaP0xw==	Página	7/7		