

DECISIÓN 33/2013 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA POR LA QUE SE REQUIERE EL CESE EN UNA BAHÍA CÁDIZ DE COMUNICACIONES INSTITUCIONALES QUE PUBLICITAN LOGROS DE GESTIÓN.


1. El Consejo Audiovisual de Andalucía ha detectado en el prestador local Una Bahía Cádiz (canal digital 54, demarcación de Cádiz) la emisión de publicidad institucional que destaca logros de gestión del Ayuntamiento de Cádiz. Por el citado canal emite el prestador local Agrupaciones Radiofónicas S.A, (Una Bahía Cádiz, en adelante).

En concreto, se han analizado 15 inserciones publicitarias emitidas el 18 de mayo de 2013 en bloques publicitarios debidamente señalizados.

Las emisiones detectadas en Una Bahía Cádiz se incluyen en la siguiente tabla, que recoge también el número de versión publicitaria analizada:

ID Clip	Hora inicio	Hora fin	Duración	Nº versión
CONSULTA-04/TED-1308782	18/05/2013 22:21:43	18/05/2013 22:22:24	00:00:41	Versión 5
CONSULTA-04/TED-1308782	18/05/2013 22:19:18	18/05/2013 22:20:00	00:00:42	Versión 5
CONSULTA-04/TED-1308742	18/05/2013 19:51:16	18/05/2013 19:51:57	00:00:41	Versión 4
CONSULTA-04/TED-1308742	18/05/2013 19:49:21	18/05/2013 19:49:51	00:00:30	Versión 2
CONSULTA-04/TED-1308737	18/05/2013 19:19:10	18/05/2013 19:20:01	00:00:51	Versión 6
CONSULTA-04/TED-1308718	18/05/2013 18:18:55	18/05/2013 18:19:36	00:00:41	Versión 5
CONSULTA-04/TED-1308718	18/05/2013 18:15:21	18/05/2013 18:16:01	00:00:40	Versión 4
CONSULTA-04/TED-1308703	18/05/2013 17:48:19	18/05/2013 17:48:49	00:00:30	Versión 2
CONSULTA-04/TED-1308650	18/05/2013 16:02:32	18/05/2013 16:03:14	00:00:42	Versión 5
CONSULTA-04/TED-1308650	18/05/2013 15:59:10	18/05/2013 15:59:41	00:00:31	Versión 2
CONSULTA-04/TED-1308600	18/05/2013 12:58:36	18/05/2013 12:59:18	00:00:42	Versión 5
CONSULTA-04/TED-1308600	18/05/2013 12:57:23	18/05/2013 12:57:56	00:00:33	Versión 3
CONSULTA-04/TED-1308559	18/05/2013 10:48:38	18/05/2013 10:49:19	00:00:41	Versión 5
CONSULTA-04/TED-1308559	18/05/2013 10:44:42	18/05/2013 10:45:22	00:00:40	Versión 1
CONSULTA-04/TED-1308422	18/05/2013 0:30:19	18/05/2013 0:30:59	00:00:40	Versión 1

2.- Cada uno de los 6 anuncios diferentes tiene una duración que oscila entre los 30 y los 50 segundos, con formato de *spot* y estructura similar: tras los lemas *A pesar de la crisis seguimos mejorando nuestra ciudad* y *A pesar de la crisis nos preocupamos de las personas* se enumeran, mediante una voz en *off*, una serie de infraestructuras y desarrollo de servicios sociales llevados a cabo por la administración anunciante. Todas las comunicaciones analizadas concluyen con el lema *Con el Ayuntamiento de Cádiz, sí*. Mientras se suceden los mensajes en *off*, se muestran imágenes de construcciones e infraestructuras llevadas a cabo por ese Ayuntamiento, o bien logros en el ámbito de los servicios sociales rotulados en la parte inferior izquierda.

Código Seguro De Verificación:	WDCVBt7c4rPrmb55R1S7Dg==	Fecha	27/06/2013	
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/WDCVBt7c4rPrmb55R1S7Dg==	Página	1/7	

A continuación se transcriben los mensajes en *off* de las 6 versiones analizadas:


Versión 1: *A pesar de la crisis seguimos mejorando nuestra ciudad. Hemos construido el Mercado Central de Abastos. La zona deportiva y social de Telegrafía sin hilos. Los nuevos paseos marítimos de Puntales y Astilleros. El nuevo mirador y pabellón deportivo Mirandilla. La ampliación del parking de Canalejas. La nueva guardería de Astilleros. El nuevo Museo Litográfico. El nuevo centro de atención turística de Canalejas. El centro de música joven La Báscula. El centro integral del Mayor. Con el Ayuntamiento de Cádiz, sí.*



Versión 2: *A pesar de la crisis seguimos mejorando nuestra ciudad. Hemos rehabilitado la Iglesia de la Palma. Hemos duplicado el punto limpio móvil. Hemos remodelado las fuentes, cascadas y paseo central del Parque Genovés. Hemos urbanizado el Campo del Sur. Hemos reurbanizado la avenida Guadalquivir. Hemos mejorado la Plaza Mentidero. Con el Ayuntamiento de Cádiz, sí.*



Versión 3: *A pesar de la crisis seguimos mejorando nuestra ciudad. Hemos rehabilitado el castillo de Santa Catalina. Hemos construido el centro empresarial Isabel la Católica. Hemos ampliado la guardería municipal. Hemos remodelado el paseo Carlos III. Hemos instalado 15 nuevos parques infantiles. Hemos remodelado la Plaza Mina. Hemos rehabilitado la antigua Cárcel Real. Con el Ayuntamiento de Cádiz, sí.*

Código Seguro De Verificación:	WDCVBt7c4rPrmb55R1S7Dg==	Fecha	27/06/2013		
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/WDCVBt7c4rPrmb55R1S7Dg==	Página	2/7		




Versión 4: *A pesar de la crisis seguimos mejorando nuestra ciudad. Hemos construido el centro náutico municipal de Puntales. Los nuevos equipamientos de asistencia social en Telegrafía. 12.000 nuevas plazas de aparcamiento. El espacio EntreCatedrales. El pabellón del casco histórico. El nuevo parque de Cortadura. La nueva jefatura de policía local. El paseo marítimo de la barriada de la Paz. El centro de empresas de Puntales. La sala de lectura al aire libre en la Plaza de Santa Ana. Con el Ayuntamiento de Cádiz, sí.*



Versión 5: *A pesar de la crisis nos preocupamos de las personas. Más de 600 mayores practican deporte gratuito gracias a nuestro programa del club de la Salud. Ofrecemos un servicio de atención de las mujeres víctimas de la violencia de género. Atendemos a más de 700 mayores en el servicio municipal de ayuda a domicilio. Ofrecemos un programa municipal de ayuda a madres adolescentes. Estamos desarrollando un plan de empleo específico para la mujer gaditana. Hemos renovado y adaptado toda la flota de autobuses urbanos. Con el Ayuntamiento de Cádiz, sí.*

Código Seguro De Verificación:	WDCVBt7c4rPrmb55R1S7Dg==	Fecha	27/06/2013
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/WDCVBt7c4rPrmb55R1S7Dg==	Página	3/7





Versión 6: *A pesar de la crisis nos preocupamos de las personas. Más de 7.000 niños practican gratis natación, atletismo, o vóley playa y vela con nuestro programa de deporte escolar. Ofrecemos ayuda a los mayores que viven solos a través del programa municipal de teleasistencia. Hemos puesto en marcha una red de plazas wifi. Ofrecemos un servicio gratuito de atención psicológica y asesoría jurídica a la mujer gaditana. Los jóvenes gaditanos disfrutan de transporte gratuito los sábados por la noche con el Búho bus. Los mayores de 65 años con rentas bajas ya pueden disfrutar de un bonobús gratuito durante todo el año. Con el Ayuntamiento de Cádiz, sí.*



3.- Mediante Decisión 7/2013, de 10 de abril de 2013, del Consejo Audiovisual de Andalucía, se acordó requerir el cese de esta misma campaña publicitaria al prestador Información y Comunicación de Cádiz (Onda Cádiz TV) y se dio traslado de la citada Decisión al Ayuntamiento de Cádiz.

Código Seguro De Verificación:	WDCVBt7c4rPrmb55R1S7Dg==	Fecha	27/06/2013
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/WDCVBt7c4rPrmb55R1S7Dg==	Página	4/7



CONSIDERACIONES JURÍDICAS


PRIMERA: La publicidad institucional es una modalidad de publicidad al servicio de las Administraciones públicas que utiliza las técnicas de la publicidad comercial para difundir sus mensajes. De acuerdo a lo dispuesto en el art. 70 del Estatuto de Autonomía para Andalucía, la actividad publicitaria de los ayuntamientos se rige por lo dispuesto en la Ley 6/2005, de 8 de abril, que regula la actividad publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía, así como por las prohibiciones establecidas en el artículo 4 de la Ley estatal 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional que, dado su carácter de legislación básica, es aplicable al conjunto del Estado.

De acuerdo a lo dispuesto en el artículo 3 de la Ley 6/2005, de 8 de abril, la actividad publicitaria de las administraciones públicas debe estar dirigida a:

- a) Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia y la solidaridad.
- b) Implicar a la ciudadanía andaluza en el objetivo de lograr una sociedad cohesionada y avanzada en cuanto a conciencia cívica y progreso económico y social.
- c) Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones.
- d) Promover el ejercicio de derechos o el cumplimiento de deberes en condiciones de igualdad.
- e) Fomentar actitudes y comportamiento de los ciudadanos en relación a bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento de empleo u otros de análoga naturaleza.
- f) Favorecer la existencia de hábitos saludables, individual o colectivamente.
- g) Difundir la imagen de Andalucía o del ámbito de cada Administración con fines de promoción turística.
- h) Informar sobre la existencia, composición y funcionamiento de las instituciones públicas.
- i) Informar, con carácter general, sobre los proyectos y resultados en la gestión pública.

Esta actividad publicitaria deberá desarrollarse de acuerdo con los principios establecidos en el artículo 4, entre los que se señala el respecto a los principios de igualdad, objetividad, veracidad e imparcialidad. En las actividades publicitarias no debe cuestionarse, implícita o explícitamente, a otras administraciones, entidades o personas. Asimismo, debe garantizarse la libre concurrencia, así como la transparencia, eficacia y rentabilidad en la asignación de los recursos económicos.

La legislación autonómica se vio afectada por la ley estatal aprobada ocho meses después que, en su artículo 4, establece una serie de prohibiciones en las campañas de comunicación y publicidad que, al tener carácter básico, vincula a todas las administraciones públicas. El propósito de estas prohibiciones es desligar la actividad comunicativa que realizan las Administraciones a través de campañas institucionales de toda orientación política o propagandística asegurando la objetividad de las Administraciones públicas y el buen uso de los fondos que les están confiados para que redunden en beneficio de los ciudadanos y no de los grupos políticos que asumen responsabilidades de gobierno.

Código Seguro De Verificación:	WDCVBt7c4rPrmb55R1S7Dg==	Fecha	27/06/2013	
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/WDCVBt7c4rPrmb55R1S7Dg==	Página	5/7	

El artículo 4. 1 a) de la Ley 29/2005 prohíbe expresamente promover o contratar campañas institucionales de publicidad y de comunicación *que tengan como finalidad destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados* por las administraciones públicas. Esta prohibición persigue que la publicidad institucional, financiada con dinero público, no se utilice como vehículo para la realización de acciones propagandísticas de quien gobierna, de forma que sólo sea utilizada para informar a los ciudadanos de los servicios públicos que prestan y de todo aquello que pueda ser necesario para que ejerzan sus derechos y cumplan sus deberes. Es decir, la publicidad institucional debe estar siempre orientada hacia el interés general de sus destinatarios, los ciudadanos.

Esta prohibición no impide desplegar una actividad publicitaria dirigida, exclusivamente, a informar con carácter general, sobre los proyectos y resultados en la gestión pública, como dispone el art. 3 i) de la ley andaluza. Ahora bien, esa actividad ha de ser puramente informativa, desprovista de todo matiz laudatorio.


SEGUNDA: Al objeto de incardinar las comunicaciones analizadas en el supuesto de publicidad prohibida descrito en el art. 4.1 a) de la Ley 29/2005 se ha de valorar si, de manera manifiesta, la finalidad del mensaje es destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados por la Administración anunciante o si, por el contrario, la comunicación institucional está al servicio de las necesidades e intereses de los ciudadanos. La actividad comunicativa de las Administraciones públicas debe, necesariamente, estar desprovista de todo matiz elogioso de la acción de los poderes públicos o de sus titulares, como se ha señalado en el apartado anterior.

La publicidad analizada no está dirigida, a juicio del Consejo, a algunas de las finalidades previstas en el artículo 3 de la Ley 6/2005, sino que su objetivo primordial es ensalzar la acción gubernamental, enunciando reiteradamente los logros alcanzados pese a la crisis económica y fomentando la confianza en el gobierno municipal a través del uso de la primera persona del plural: *hemos renovado, hemos remodelado, ofrecemos, seguimos mejorando...* y el lema *Con el Ayuntamiento de Cádiz, sí.*

Sin perjuicio de que una campaña institucional pueda contener mensajes que al dar a conocer una actividad beneficien o mejoren la imagen de la Administración que la promueve, el objetivo de las prohibiciones expresadas en el art. 4 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Constitucional, es que la publicidad institucional, financiada con dinero público, no pueda utilizarse como instrumento propagandístico de quien gobierna destacando la gestión realizada, en este caso, por un ayuntamiento.

TERCERA: El Consejo Audiovisual de Andalucía es, de acuerdo a las competencias legalmente atribuidas, la autoridad competente en nuestra comunidad autónoma para requerir el cese de las comunicaciones emitidas en prestadores del servicio de comunicación audiovisual que vulneren lo dispuesto en el art. 4 de la Ley 29/2005 de Publicidad y Comunicación Institucional.

Entre las funciones del Consejo está la *solicitar de los anunciantes y empresas audiovisuales, por iniciativa propia o a instancia de los interesados, el cese o la rectificación de la publicidad ilícita o prohibida; y, cuando proceda, disponerlo, de conformidad con la legislación aplicable y en los supuestos que la misma establezca* (art. 4.15 Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo), y la de *vigilar el*

Código Seguro De Verificación:	WDCVBt7c4rPrmb55R1S7Dg==	Fecha	27/06/2013	
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/WDCVBt7c4rPrmb55R1S7Dg==	Página	6/7	

cumplimiento de lo establecido (...) en la normativa en materia de programación de contenidos audiovisuales y publicidad (art. 4.21 Ley 1/2004).

Asimismo, de acuerdo con lo establecido en el artículo 18.7 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, la comunicación comercial audiovisual, además de estar supeditada a las prohibiciones previstas en la misma, *también está sometida a las prohibiciones previstas en el resto de normativa relativa a la publicidad.* Por tanto, ante cualquier actividad de publicidad institucional que incurra en alguna de las prohibiciones previstas en el art. 4 de la Ley 29/2005, la autoridad audiovisual debe efectuar un requerimiento de cese y el prestador habrá de cesar en la emisión de tal comunicación comercial al primer requerimiento de la autoridad audiovisual, de conformidad con lo establecido en el art. 61.2 de la Ley 7/2010. Desatender este requerimiento supone una infracción grave, que la legislación audiovisual sanciona con multa de 100.001 hasta 500.000 euros para servicios de comunicación audiovisual televisiva.

Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos celebrada el día 18 de junio 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 26 de junio de 2013, y previa deliberación de sus miembros acuerda por MAYORÍA las siguientes

DECISIONES


PRIMERA.- Requerir al prestador local *Una Bahía Cádiz* el cese de la publicidad institucional que resalta logros del Ayuntamiento de Cádiz, de conformidad con lo establecido en la Ley 29/2005, de Publicidad y Comunicación Institucional, de carácter básico. De acuerdo con lo establecido en el artículo 18.7 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, la comunicación comercial audiovisual está supeditada a las prohibiciones previstas en esta ley y, también, a las prohibiciones previstas en el resto de normativa relativa a la publicidad. El incumplimiento de este acuerdo puede conllevar la apertura de expediente sancionador por infracción grave por incumplimiento de lo dispuesto en el art. 61.2 de la cita Ley, sancionable con multa de 100.001 hasta 500.000 euros.

SEGUNDA.- Dar traslado de esta decisión a las partes interesadas.

En Sevilla, a 26 de junio de 2013

LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL
DE ANDALUCÍA

Fdo: Emelina Fernández Soriano

Código Seguro De Verificación:	WDCVBt7c4rPrmb55R1S7Dg==	Fecha	27/06/2013	
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/WDCVBt7c4rPrmb55R1S7Dg==	Página	7/7	