

**Resolución 13/2013 del Consejo Audiovisual de Andalucía en relación a la emisión de una campaña publicitaria de la Agencia IDEA en Canal Sur TV.**

1. El día 5 de junio de 2013 el Consejo Audiovisual de Andalucía recibió una queja referida a la emisión de una campaña publicitaria de la Agencia IDEA en Canal Sur TV. El reclamante consideraba que en dicha campaña *se hace claramente publicidad de logros de la Junta de Andalucía*. La Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía IDEA es la agencia de desarrollo regional del Gobierno andaluz a través de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo. Según se declara en la página web de este organismo la misión de la Agencia IDEA es *contribuir al desarrollo económico y social de nuestra región, ofreciendo los mejores servicios a las empresas andaluzas, a los emprendedores y a la propia Junta de Andalucía, fomentando el espíritu empresarial, la innovación, la cooperación en el sistema ciencia-tecnología-empresa y la competitividad de nuestra estructura productiva*.

2. El Consejo Audiovisual de Andalucía admitió a trámite la queja el 26 de junio de 2013, en aplicación del apartado 21 del artículo 4 de la Ley 1/2004, según el cual es función del Consejo *vigilar el cumplimiento de lo establecido en la presente Ley y en la normativa en materia de programación de contenidos audiovisuales y emisión de publicidad, incluidos el patrocinio y la televenta*.

3. Según consta en los datos de catalogación del CAA, la campaña publicitaria de la Agencia IDEA en Canal Sur TV constó de un *spot* de 1' 30" de duración que se estuvo emitiendo dos veces al día en los periodos del 1 al 20 de enero, del 18 al 28 de febrero y del 1 al 10 de marzo, lo que supone un total de 82 emisiones.

La pieza comienza con un plano, sin off, con el rótulo "Financiación reembolsable: damos crédito a tu empresa". A continuación se recogen las siguientes declaraciones de representantes de 14 empresas andaluzas de distintos sectores:

Productos únicos Seismarín: *La gente nos dice: pero bueno, con la que está cayendo y la edad que tenéis, cómo se os ocurre meteros... Oye, algo hay que hacer.*

Revolution Systems Games: *Actualmente tenemos una plantilla de 14 personas con una media de 25 años.*

Innovaciones microelectrónicas: *Nosotros el cien por cien de nuestra facturación es exportación.*


Junior Derqui: *No se puede hacer más de lo mismo, que ya para más de lo mismo hay muchos.*

Genoclinics Biotech: *Colocarnos a la vanguardia de esa genética humana en España.*

Grupo Decuchara: *El dinero de la agencia IDEA se recibió bastante rápido, el trámite fue muy rápido de hacer puesto que se contó con mucha ayuda.*

Magtel Comunicaciones: *Nos hicieron sus mejoras, consultamos las dudas, y la verdad es que fue de bastante agilidad.*

Surplastik: *La facturación, ahora mismo, aproximada es de unos 11 millones de euros.*

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	GVPBeddI9CzHR7D+2148zg==	<b>Fecha</b>	12/09/2013	
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.			
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano			
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/GVPBeddI9CzHR7D+2148zg==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/GVPBeddI9CzHR7D+2148zg==</a>	<b>Página</b>	1/4	

Iactive Intelligent Solutions: *Cada euro que el Estado invirtió en nuestro grupo de investigación, lo hemos revertido por tres en inversión privada.*

Akwaba de Sak: *Sabemos que vamos a seguir para adelante y somos muy optimistas.*

Pintalsa: *Sabes a la hora que pones el pie aquí, pero no sabes a qué hora sales.*

Vivacell Biotechnology España: *Somos doctores en biología molecular, en bioquímica, en inmunología y todo el empleo que se ha generado en Vivacell es de alta cualificación.*

Vivia Viotech: *Cuando enseñamos nuestros datos a nivel mundial la gente lo percibe como diciendo: esto es innovación, pero innovación puntera.*

Kandor Graphics: *Queremos triunfar aquí en Andalucía, queremos que nos reconozcan en Andalucía.*


Por último una voz en off expresa lo siguiente: *Si tienes un proyecto empresarial, cuenta con nosotros. Entra en [agenciaidea.es](http://agenciaidea.es), infórmate y haz tu solicitud. Junta de Andalucía. Andalucía se mueve con Europa, acompañado de los rótulos "FINANCIACIÓN REEMBOLSABLE: Damos crédito a tu empresa. Operaciones desde 20.000 €. Préstamos ordinarios, participativos, avales y entradas en capital". La pieza finaliza con el logo de la Junta de Andalucía.*

**4.** 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 artículo 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.

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	GVPBeddI9CzHR7D+2148zg==	<b>Fecha</b>	12/09/2013
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano		
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/GVPBeddI9CzHR7D+2148zg==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/GVPBeddI9CzHR7D+2148zg==</a>	<b>Página</b>	2/4



- 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 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 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.


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.

El anuncio de la Agencia IDEA forma parte de una campaña de difusión de este organismo de la administración andaluza que persigue ofrecer información sobre un servicio público (en concreto, financiación reembolsable para proyectos empresariales). Del análisis realizado por el Consejo, y en función de lo expresado en las consideraciones jurídicas anteriores, se extraen las siguientes conclusiones:

- En los mensajes que componen el anuncio no se advierte que la finalidad fundamental sea destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados por la Agencia IDEA. Las declaraciones recogidas de representantes de empresas hacen referencia a logros de sus propias empresas o a sus circunstancias concretas, y salvo en dos casos de catorce, ni siquiera mencionan a la Agencia IDEA.
- El mensaje institucional, representado por la voz en off y los rótulos, tiene un carácter informativo que incluye datos de tipo práctico para facilitar el acceso al servicio público que se ofrece, con carácter de interés general para la ciudadanía.

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	GVPBeddI9CzHR7D+2148zg==	<b>Fecha</b>	12/09/2013
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano		
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/GVPBeddI9CzHR7D+2148zg==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/GVPBeddI9CzHR7D+2148zg==</a>	<b>Página</b>	3/4



- El objetivo el anuncio es difundir uno de los servicios que presta la Agencia IDEA, sin incidir en logros obtenidos al respecto ni introducir elementos propagandísticos.
- En cuanto al lema final del anuncio (*Andalucía se mueve con Europa*), debe indicarse que su aparición se vincula con todos aquellos mensajes institucionales de la Junta de Andalucía relacionados con proyectos que cuentan con financiación europea, como es el caso de los mencionados créditos.

Teniendo en cuenta lo anterior, y a propuesta de la Comisión de Contenidos, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, de conformidad con lo establecido en los artículos 131.1 y 217 de la reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía, aprobado por la Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, y los artículos 2.1 y 4.14 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del CAA, en su reunión de 11 de septiembre de 2013, y previa deliberación de sus miembros, acuerda por MAYORÍA, las siguientes decisiones:

**PRIMERA:** El Consejo no ha encontrado en la campaña publicitaria de la agencia IDEA emitida por Canal Sur TV en el primer trimestre de 2013 ningún elemento que pueda considerarse contrario a lo establecido en la regulación existente para las administraciones públicas en relación con la publicidad institucional. El mensaje institucional de la campaña, representado por la voz en *off* y los rótulos, tiene un carácter informativo que incluye datos de tipo práctico para facilitar el acceso al servicio público que se ofrece, con carácter de interés general para la ciudadanía, sin incidir en logros obtenidos al respecto ni introducir elementos propagandísticos ni laudatorios.

**SEGUNDA:** Notificar esta resolución a las partes interesadas.

## LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

**EMELINA FERNÁNDEZ SORIANO**

<b>Código Seguro De Verificación:</b>	GVPBeddI9CzHR7D+2148zg==	<b>Fecha</b>	12/09/2013
<b>Normativa</b>	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
<b>Firmado Por</b>	Maria Emelina Fernandez Soriano		
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/GVPBeddI9CzHR7D+2148zg==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/GVPBeddI9CzHR7D+2148zg==</a>	<b>Página</b>	4/4

