

DECISIÓN 60/2014 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA SOBRE COMUNICACIONES COMERCIALES EN LAS RETRANSMISIONES DE SEMANA SANTA.

1.- El Consejo Audiovisual de Andalucía ha constatado que, generalizadamente, los prestadores del servicio televisivo no señalizan la publicidad de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 14 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, titulado *El derecho a emitir mensajes publicitarios*, donde se establece, en su apartado tercero, que *en la emisión de publirreportajes, telepromociones y, en general, de aquellas formas de publicidad distintas de los anuncios televisivos que, por las características de su emisión, podrían confundir al espectador sobre su carácter publicitario, deberá superponerse, permanentemente y de forma claramente legible, una transparencia con la indicación "publicidad"*.

Este órgano ha podido comprobar que la incorrecta señalización de la publicidad se produce sobre todo en programas emitidos en directo, lo que ha dado lugar a más de treinta advertencias a prestadores de titularidad pública y privada para que identifiquen correctamente las comunicaciones comerciales.


La Semana Santa es, sin duda, el acontecimiento más importante que retransmiten las televisiones de Andalucía tanto en directo como en diferido, y supone para el sector un esfuerzo de medios humanos, materiales y económicos para la retransmisión de los desfiles procesionales y la financiación de estos programas.

2.- Teniendo en cuenta todo lo anterior, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía acordó el 14 de mayo de 2014 la realización del *Informe sobre las comunicaciones comerciales solapadas durante las retransmisiones de Semana Santa* con los siguientes objetivos:

- Conocer la tipología publicitaria empleada en estas retransmisiones diferentes al anuncio televisivo, atendiendo también a las comunicaciones verbales.
- Evaluar el grado de cumplimiento de lo dispuesto en el art. 14 de la LGCA.

Los servicios técnicos del Consejo han analizado 403 horas de retransmisiones de desfiles profesionales emitidas por 30 televisiones públicas y privadas de Andalucía, incluida Canal Sur TV, con los siguientes resultados:

- Se han analizado todas las retransmisiones de Semana Santa de Canal Sur TV, prestador que no ha emitido publicidad solapada.
- En las televisiones locales, la publicidad solapada ha consistido siempre en faldones sobrepuestos en la pantalla, difundidos durante la retransmisión de los desfiles profesionales. El 64% de las televisiones locales analizadas ha empleado este formato publicitario y, de estas, seis (que

Código Seguro De Verificación:	7EqxEvh2Y00SjgaPo2a8Ig==	Fecha	19/09/2014		
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/7EqxEvh2Y00SjgaPo2a8Ig==	Página	1/3		

suponen un 38% de las que han emitido publicidad solapada) han obviado señalar estas comunicaciones comerciales. Se trata de 8 TV Jerez, Canal Costa 2, Tele Sevilla, Huelva TV, Onda Jaén y Telécija. Sólo dos de estos prestadores -8TV Jerez y Canal Costa 2- tienen una advertencia previa del Consejo por no identificar correctamente la publicidad.

- Un prestador, TG7 de Granada, ha patrocinado un programa durante el desarrollo del mismo, sin respetar la norma que exige su difusión al principio o al final del espacio patrocinado.

Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos celebrada el día 2 de septiembre de 2014, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, de conformidad con lo establecido en los artículos 4.15 y 4.21 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, en su reunión de 17 de septiembre de 2014, y previa deliberación de sus miembros acuerda por UNANIMIDAD las siguientes


DECISIONES

PRIMERA. Reiterar la advertencia a los prestadores Canal Costa 2 y 8 TV Jerez de que, de acuerdo a lo establecido en el artículo 14 de la Ley General de Comunicación Audiovisual, está obligada a señalar todos los mensajes publicitarios que difunda durante el transcurso de sus programas mediante la superposición permanente y legible de una transparencia con la indicación "publicidad", que debe permanecer todo el tiempo que dure el mensaje publicitario.

SEGUNDA. Advertir a los prestadores Huelva TV, Onda Jaén, Tele Sevilla y Telécija de que están obligados, según lo establecido en el artículo 14 de la Ley General de Comunicación Audiovisual, a señalar todos los mensajes publicitarios que difundan durante el transcurso de sus programas mediante la superposición permanente y legible de una transparencia con la indicación "publicidad", que debe permanecer todo el tiempo que dure el mensaje publicitario.

TERCERA. Advertir al prestador TG7 de que, de acuerdo a lo establecido en el artículo 16 de la Ley General de Comunicación Audiovisual, el público debe ser claramente informado del patrocinio al principio, al inicio de cada reanudación tras los cortes que se produzcan o al final del programa mediante el nombre, el logotipo, o cualquier otro símbolo, producto o servicio del patrocinador.

CUARTA. Notificar esta decisión y remitir el informe a los prestadores locales 101 TV, 8 TV Córdoba, 8TV Jerez, 8TV Granada, 8 TV Málaga, 9 La Loma, Antaquirá Televisión Digital, Canal Costa 2, Canal Luz Huelva, Costa del Sol TV, Diez TV Úbeda, Écija Comarca Televisión, Fuengirola TV, Huelva TV, Interlmería, Onda Algeciras, Onda Cádiz, Onda Jaén, Onda Jerez, Ondaluz Cádiz, Ondaluz Málaga, Ondaluz Sevilla, PTV Málaga, RTVM Marbella, Tele

Código Seguro De Verificación:	7EqxEvh2Y00SjgaPo2a8Ig==	Fecha	19/09/2014		
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/7EqxEvh2Y00SjgaPo2a8Ig==	Página	2/3		

Sevilla, Telécija, TG7, Torrevisión y Ver-T, así como al prestador público autonómico RTVA.

En Sevilla, a 17 de septiembre de 2014.
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL
DE ANDALUCÍA

Fdo.: Emelina Fernández Soriano

Código Seguro De Verificación:	7EqxEvh2Y00SjgaPo2a8Ig==	Fecha	19/09/2014
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/7EqxEvh2Y00SjgaPo2a8Ig==	Página	3/3

