

**Resolución 2/15 del Consejo Audiovisual de Andalucía por la que se requiere el cese de una publicidad institucional de la Junta de Andalucía en 8TV Cádiz.**

1. El Consejo Audiovisual de Andalucía recibió el 31 de octubre de 2014 una queja referida a la emisión de un contenido publicitario de carácter institucional de la Junta de Andalucía en el prestador privado 8TV Cádiz (Comunicaciones Canal 19 S.L.). La queja considera que dicho contenido podría ser ilícito, ya que se ensalzan logros de la administración, algo expresamente prohibido por la ley. Asimismo, la queja expresa que se trata de una clara publicidad política, al comparar la gestión de la Junta de Andalucía con la del Gobierno de España.

La persona reclamante indicaba en su escrito de queja una de las emisiones del *spot*, correspondiente al día 21 de octubre de 2014 en torno a las 21:32 horas. Aunque 8TV Cádiz está incluido en el sistema de seguimiento del Consejo, esta institución no dispone de esa franja horaria concreta.


2. El Consejo Audiovisual de Andalucía admitió a trámite la queja el 19 de noviembre de 2014, en aplicación del apartado 15 del artículo 4 de la Ley 1/2004, según el cual es función del Consejo *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*, así como del apartado 21, según el cual el Consejo debe *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*.

El 21 de noviembre de 2014 se dio traslado de la queja a 8TV Surmedia, S.L, solicitándole que remitiera copia de la emisión del contenido publicitario mencionado al no contar el Consejo con la grabación en su propio sistema de seguimiento, así como toda información referente al mismo (número y duración de las inserciones). La dirección de 8TV Cádiz, mediante comunicación electrónica, notificó al Consejo el 11 de diciembre que en el día y hora mencionados en la queja se estaba emitiendo el informativo local, y que por tanto no se emitió el contenido publicitario objeto de la denuncia. No obstante, 8TV Cádiz proporcionó copia de un *spot* contratado por la Junta de Andalucía que se estuvo emitiendo aproximadamente en esas fechas, por lo que considera que pudo tratarse del mismo.

3. El formato de publicidad institucional remitido por 8TV Cádiz es un *spot* de 40 segundos de duración en el que se destacan logros de la Junta de Andalucía de gestión educativa en la provincia de Cádiz. El contenido mantiene el logo de la Junta a lo largo de toda su duración en la esquina superior izquierda de la pantalla, y finaliza con el logo en mayor tamaño y el eslogan "Tú pones el esfuerzo, nosotros los recursos".

El mensaje del anuncio comienza marcando la diferencia existente entre el Gobierno andaluz y el de otras comunidades, apareciendo el primero como garante de



<b>Código Seguro De Verificación:</b>	aIsaYnwiCgefYRlzn9NTfQ==	<b>Fecha</b>	16/01/2015		
<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/aIsaYnwiCgefYRlzn9NTfQ==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/aIsaYnwiCgefYRlzn9NTfQ==</a>	<b>Página</b>	1/3		

derechos supuestamente eliminados por el segundo grupo, afirmándose que la Junta de Andalucía “mantiene” servicios educativos o que estos “siguen disponibles”.

*En Andalucía cuesta hoy tres veces menos ir al colegio que en otras comunidades españolas. La Junta mantiene programas como los libros de texto gratuitos, el transporte escolar, el servicio de comedor o los planes de compensación educativa. A ellos dedica cada año en la provincia de Cádiz más de 45 millones de euros. También siguen disponibles las becas a las que cada año se destinan unos 30 millones de euros en Cádiz y de las que se benefician unos 33.000 alumnos. La Junta trabaja por la igualdad de oportunidades en la educación. Tú pones el esfuerzo, nosotros los recursos.*

En conclusión, se trata de una publicidad institucional que destaca los logros de gestión de la Junta de Andalucía, comparándolos con las de otras comunidades autónomas.

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 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.


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.

Asimismo, esta actividad publicitaria deberá desarrollarse con respeto a los principios de igualdad, objetividad, veracidad e imparcialidad, y no debe cuestionarse, implícita o explícitamente, a otras instituciones, entidades o personas.



<b>Código Seguro De Verificación:</b>	aIsaYnwiCgefYRlzn9NTfQ==	<b>Fecha</b>	16/01/2015
<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/aIsaYnwiCgefYRlzn9NTfQ==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/aIsaYnwiCgefYRlzn9NTfQ==</a>	<b>Página</b>	2/3



Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos, 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 14 de enero de 2015, y previa deliberación de sus miembros acuerda por UNANIMIDAD las siguientes DECISIONES:

**PRIMERA.-** Requerir a la entidad Comunicaciones Canal 19 S.L. 8TV Cádiz el cese de la publicidad institucional que resalta logros de la Junta de Andalucía, de conformidad con el artículo 61.2 párrafo segundo, por tratarse de publicidad prohibida, de acuerdo con el artículo 18.7 de la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA).

**SEGUNDA.-** Advertir de que la publicidad institucional que destaque los logros de gestión o los objetivos alcanzados por las administraciones públicas está prohibida. De no atender tal requerimiento, el prestador de servicio de comunicación audiovisual podría incurrir en una infracción administrativa, por incumplimiento de una decisión de la autoridad audiovisual.


**TERCERA.-** Notificar esta decisión a la entidad Comunicaciones Canal 19 S.L. 8TV Cádiz y a la Dirección General de Comunicación Social, adscrita a la Consejería de Presidencia de la Junta de Andalucía.

En Sevilla, a 14 de enero de 2015

LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Fdo: Emelina Fernández Soriano



<b>Código Seguro De Verificación:</b>	aIsaYnwiCgefYRlzn9NTfQ==	<b>Fecha</b>	16/01/2015	
<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/aIsaYnwiCgefYRlzn9NTfQ==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/aIsaYnwiCgefYRlzn9NTfQ==</a>	<b>Página</b>	3/3	