

Decisión 27/2015 del Consejo Audiovisual de Andalucía por la que se advierte al prestador Ondaluz La Isla de la emisión de comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas en horario no permitido susceptibles de inducir al público a error en cuanto a su naturaleza publicitaria.

1. El Consejo Audiovisual de Andalucía ha detectado, a través de su sistema de seguimiento de medios, la emisión de un espacio en el que se realiza publicidad encubierta de bebidas alcohólicas por parte del prestador de televisión local Ondaluz La Isla (Agrupación Radiofónica, S.A.) Dicha emisión, dada la forma en la que se presenta, puede inducir a error al público en cuanto a su naturaleza publicitaria. Además, se realiza en horario no permitido, al tratarse de una comunicación comercial televisiva de bebidas alcohólicas con un nivel inferior a veinte grados, que sólo podría ser emitida en la franja horaria comprendida entre las 20:30 y las 6 horas.


2. La emisión se produce el día 3 de mayo entre las 9:00:08 y las 9:09:13 horas. Durante el transcurso del programa *Stylo* (un magacín con contenidos variados como gastronomía, fiestas y toros), el prestador emite una pieza en la que se realiza publicidad de las manzanillas *Gabriela*, de la bodega Miguel Sánchez Ayala, y *Goya XL*, de la bodega Zuleta, ambas de 15 grados de alcohol. El presentador justifica la emisión por la celebración del 50 aniversario de la D.O. de la Manzanilla-Sanlúcar de Barrameda, adelantando el contenido de la misma con la siguiente alocución: *Nuestro compañero va a hablar de las excelencias de dos firmas.*

La pieza muestra, bajo la sección denominada *Stylo Sevilla*, primeros planos de varias botellas de las marcas comentadas, que el presentador promociona afirmando *Vamos a hablar de manzanillas más selectas, series limitadas, botellas numeradas.* La emisión se centra en describir minuciosamente el proceso de elaboración, la propiedades organolépticas y los maridajes de las manzanillas, mencionando repetidamente las marcas comerciales y recomendando su consumo *moderado y responsable*, según apunta el presentador.

Durante el transcurso de la emisión descrita, el prestador incorpora publicidad sin señalar del establecimiento sevillano *La Abaicería del Sur*, incluyendo durante unos segundos su nombre y dirección en la zona inferior de la pantalla, así como imágenes de los productos que pueden adquirirse.

Tras *Stylo Sevilla*, se emite un video del canal de Youtube *Vinos de Jerez TV*, en el que se promocionan las manzanillas elaboradas en esa zona.



Código Seguro De Verificación:	cxI7WlS28IgpKOUaPjFDbg==	Fecha	08/06/2015		
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/cxI7WlS28IgpKOUaPjFDbg==	Página	1/4		

3. El Consejo Audiovisual de Andalucía considera que la pieza emitida hace publicidad de las mencionadas bebidas alcohólicas, ya que, de manera continuada, se realiza promoción exclusiva de dos marcas comerciales de alcohol en un horario no permitido, citándolas y mostrándolas en primer plano de modo frecuente, reiterando los mensajes elogiosos hacia sus supuestas virtudes e incitando explícitamente a su consumo.


4. El artículo 2.32 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual (LGCA, en adelante), define la comunicación comercial audiovisual televisiva encubierta como *la presentación verbal o visual, directa o indirecta, de los bienes, servicios, nombre, marca o actividades de un productor de mercancías o un prestador de servicios en programas de televisión, distinta del emplazamiento del producto, en que tal presentación tenga, de manera intencionada por parte del prestador del servicio de comunicación audiovisual, un propósito publicitario y pueda inducir al público a error en cuanto a la naturaleza de dicha presentación. Esta presentación se considerará intencionada, en particular, si se hace a cambio de contraprestación a favor del prestador de servicio.*

Por su parte, el artículo 18.3 del mismo cuerpo legal, dedicado a las comunicaciones comerciales prohibidas en cualquiera de sus formas, prohíbe expresamente, en su apartado d), *la comunicación comercial televisiva de bebidas alcohólicas con un nivel inferior a veinte grados cuando se emita fuera de la franja de tiempo comprendida entre las 20,30 horas y las 6 horas del día siguiente, salvo que esta publicidad forme parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir.*

Por tanto, dado el propósito publicitario y la posibilidad de inducir a error en el público al intentar que la promoción comercial se perciba como un contenido más del reportaje, ésta constituye un supuesto de comunicación comercial encubierta, que se ha realizado, además, fuera de la franja horaria permitida para la emisión de comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas con un nivel inferior a veinte grados.

Los hechos anteriormente descritos podrían conllevar la incoación de un expediente sancionador, por constituir un supuesto de comunicación comercial audiovisual televisiva encubierta en la que se realiza publicidad de bebidas alcohólicas fuera de la franja horaria permitida.



Código Seguro De Verificación:	cxI7WlS28IgpKOUaPjFDbg==	Fecha	08/06/2015		
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/cxI7WlS28IgpKOUaPjFDbg==	Página	2/4		

En cuanto a la ausencia de señalización de la publicidad del establecimiento *La Abacería del Sur*, el artículo 14 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, titulado *El derecho a emitir mensajes publicitarios*, 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"*.

Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos celebrada el día 26 de mayo de 2015, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, de conformidad con lo establecido en los apartados 6, 15 y 21 del artículo 4 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, en su reunión de 3 de junio de 2015, y previa deliberación de sus miembros acuerda por UNANIMIDAD las siguientes

DECISIONES


PRIMERA.- Advertir a Agrupación Radiofónica, S.A. (Ondaluz La Isla) de que la presentación de bienes, servicios, nombre, marca o actividades de un productor de mercancías o un prestador de servicios en programas de televisión, distinta del emplazamiento del producto, con propósito publicitario, constituye un supuesto de publicidad encubierta en los términos descritos por el artículo 2.32 de la LGCA, por ser susceptible de inducir al público a error en cuanto a la naturaleza de dicha presentación, puesto que se utiliza un lenguaje laudatorio hacia una o varias marcas integradas en la narración y con una presencia prominente.

Por tanto, el prestador deberá cesar y se abstendrá de realizar emisiones como la analizadas.

SEGUNDA.- Advertir a Agrupación Radiofónica, S.A. (Ondaluz La Isla) de que la publicidad de bebidas alcohólicas con un nivel inferior a veinte grados está prohibida, salvo en la franja horaria establecida para ello en el artículo 18.3 d) de la LGCA, que comprende desde las 20:30 horas y las 6 horas del día siguiente.

TERCERA.- Advertir a Agrupación Radiofónica, S.A. (Ondaluz La Isla) de que, de acuerdo a lo establecido en el artículo 14 de la Ley General de Comunicación Audiovisual, está obligado a señalar todos los mensajes publicitarios que difunda durante el transcurso de sus emisiones mediante la superposición permanente y legible de una transparencia con la indicación "publicidad", que debe permanecer todo el tiempo que dure el mensaje publicitario, ya se trate tanto de la publicidad de los vinos promocionados en la pieza como del faldón con el nombre del establecimiento hostelero que aparece en la misma.



Código Seguro De Verificación:	cxI7W1S28IgpKOUaPjFDbg==	Fecha	08/06/2015		
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/cxI7W1S28IgpKOUaPjFDbg==	Página	3/4		

CUARTA.- Notificar esta decisión a Agrupación Radiofónica, S.A. (Ondaluz La Isla).

QUINTA.- Remitir a Agrupación Radiofónica, S.A. (Ondaluz La Isla) los *Criterios y Recomendaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre comunicaciones comerciales encubiertas*.

En Sevilla, a 3 de junio de 2015
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE
ANDALUCÍA

Fdo: Emelina Fernández Soriano



Código Seguro De Verificación:	cxI7W1S28IgpKOUaPjFDbg==	Fecha	08/06/2015
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/cxI7W1S28IgpKOUaPjFDbg==	Página	4/4

