

DECISIÓN 45/2015 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA POR LA QUE SE REQUIERE EL CESE DE COMUNICACIONES INSTITUCIONALES QUE PUBLICITAN LOGROS DE GESTIÓN DEL AYUNTAMIENTO DE SAN ROQUE EN EL PRESTADOR TV CAMPO DE GIBRALTAR

1. El Consejo Audiovisual de Andalucía ha detectado en el prestador privado TV Campo de Gibraltar (Televisión Campo de Gibraltar, S.A.) la emisión de publicidad institucional con la finalidad de destacar los logros de gestión del Ayuntamiento de San Roque, que es quien suscribe la pieza.


Los dos formatos de publicidad institucional detectados se han emitido a lo largo del día 24 de septiembre en los siguientes intervalos horarios:

HORA INICIO	HORA FIN	DURACIÓN	FORMATO
24/09/2015 20:51:03	24/09/2015 20:54:05	00:03:02	INVERSIONES Y PROYECTOS AYTO. DE SAN ROQUE
24/09/2015 20:44:59	24/09/2015 20:50:41	00:05:42	BALANCE 100 DÍAS DE GOBIERNO AYTO. DE SAN ROQUE
24/09/2015 16:56:51	24/09/2015 16:58:56	00:02:05	INVERSIONES Y PROYECTOS AYTO. DE SAN ROQUE
24/09/2015 10:27:29	24/09/2015 10:29:33	00:02:04	INVERSIONES Y PROYECTOS AYTO. DE SAN ROQUE
24/09/2015 6:52:45	24/09/2015 6:58:24	00:05:39	BALANCE 100 DÍAS DE GOBIERNO AYTO. DE SAN ROQUE

El primer formato que aparece en la tabla, de alrededor de 2' de duración, consiste en varias piezas que se abren y cierran con el escudo del municipio gaditano y el lema *Ayuntamiento de San Roque. Cerca de ti*. Se dedican a la promoción individualizada de inversiones y proyectos del ayuntamiento de la localidad, emitiéndose de manera conjunta varios videos sin más separación entre ellos que los mencionados escudo y lema. A continuación se ofrecen extractos de la locución en *off* que articula las piezas promocionales:

- *Los planes de asfaltado han supuesto una mejora radical en 86 calles de todo el municipio (...) Los dos primeros planes de asfaltado han supuesto más de medio millón de euros de inversión, una cantidad importante en momento de crisis. 500.000 euros de inversión. 86 calles. 60.000 metros cuadrados realizados. Un proyecto, una realidad.*
- *El Ayuntamiento tuvo que superar numerosos obstáculos (...) además de apremiar a la Junta de Andalucía en lo concerniente a medios técnicos y humanos. Un centro de salud moderno, amplio y con los servicios necesarios. Un proyecto, una realidad.*



Código Seguro De Verificación:	Z8JrexU/VRs2W4AkC+U6oA==	Fecha	09/11/2015		
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/Z8JrexU/VRs2W4AkC+U6oA==	Página	1/4		


En lo relativo al segundo formato, la pieza, de 5' de duración, se dedica a repasar pormenorizadamente las actuaciones más destacadas del consistorio de la localidad gaditana a los 100 días de su constitución. Comenzando por la investidura del alcalde, la publicidad menciona el *exitoso* ciclo de ferias, el deporte como *prioridad del equipo municipal* (con imágenes del alcalde cortando la cinta inaugural de un pabellón deportivo), el tejido asociativo (*acompañar al tejido asociativo y fomentar la colaboración entre las distintas entidades del municipio ha sido una tarea asumida desde el primer momento*), la cultura, relaciones con la administración (*sin dejar de lado la lealtad institucional, el Ayuntamiento ha planteado la demanda de mejoras a las distintas administraciones (...) así como una mayor libertad de gasto, dados los excelentes resultados económicos*), playas (*la mejora del equipamiento de playas, la implementación de instalaciones deportivas y la realización de actividades de ocio han sido una constante este verano*), asuntos sociales (*los asuntos sociales siguen a la cabeza de las prioridades municipales*), educación (*a pesar de tener las competencias muy limitadas en materia de educación, el Ayuntamiento apuesta por el futuro del municipio*), casco histórico (*el reto de reactivar el casco histórico ha sido asumido desde el principio del mandato*), obras (*las obras en todo el municipio (...) pueden tener poco coste económico, pero generan mucho bienestar entre los vecinos afectados*), turismo, empleo, Universidad Popular, servicio de aguas y recogida de basuras, tradiciones y cooperación con Gibraltar.

Los dos formatos emitidos realizan publicidad del Ayuntamiento de San Roque en la que se destacan distintos logros de gestión municipal en la localidad, empleando para ello lenguaje laudatorio e imágenes de distintas actuaciones del alcalde que sobrepasan la finalidad puramente informativa. Este carácter publicitario se reafirma teniendo en cuenta que el emisor de los mensajes es el propio Ayuntamiento de San Roque, y que, pese a que los mismos tratan cuestiones relacionadas con los asuntos públicos y el interés general de la ciudadanía del municipio, prevalece el propósito de publicitar los resultados de la gestión del consistorio sobre la utilidad informativa.

2. 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



Código Seguro De Verificación:	Z8JrexU/VRs2W4AkC+U6oA==	Fecha	09/11/2015		
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/Z8JrexU/VRs2W4AkC+U6oA==	Página	2/4		

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.

3. 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 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. De no atender este requerimiento, el prestador podría incurrir en una infracción administrativa, por incumplimiento de una decisión de la autoridad audiovisual.



Código Seguro De Verificación:	Z8JrexU/VRs2W4AkC+U6oA==	Fecha	09/11/2015		
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/Z8JrexU/VRs2W4AkC+U6oA==	Página	3/4		

Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos celebrada el 13 de octubre de 2015, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, de conformidad con lo establecido en los apartados 15 y 21 del artículo 4 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, en su reunión de 4 de noviembre de 2015, y previa deliberación de sus miembros acuerda por MAYORÍA las siguientes

DECISIONES

PRIMERA.- Requerir a la entidad Televisión Campo de Gibraltar, S.A. (TV Campo de Gibraltar) el cese de la publicidad institucional que resalta logros del Ayuntamiento de San Roque, 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 Televisión Campo de Gibraltar, S.A. (TV Campo de Gibraltar) y al Ayuntamiento de San Roque.

En Sevilla, a 4 de noviembre de 2015
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL
DE ANDALUCÍA.

Fdo: Emelina Fernández Soriano



Código Seguro De Verificación:	Z8JrexU/VRs2W4AkC+U6oA==	Fecha	09/11/2015		
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/Z8JrexU/VRs2W4AkC+U6oA==	Página	4/4		