

DECISIÓN 51/2015 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA POR LA QUE SE ADVIERTE AL PRESTADOR PÚBLICO TG7 (CANAL DIGITAL 43, DEM. DE GRANADA) DE LA INSERCIÓN DE COMUNICACIONES COMERCIALES SUSCEPTIBLES DE INDUCIR AL PÚBLICO A ERROR EN CUANTO A SU NATURALEZA PUBLICITARIA EN SU INFORMATIVO.

1. El Consejo Audiovisual de Andalucía, a través de su sistema de seguimiento de medios, ha detectado la inserción de un contenido de carácter publicitario sobre un concesionario multimarca de automóviles en el informativo de TG7, emisora pública gestionada por el Ayuntamiento de Granada. Dicha emisión, dada la forma en la que se presenta, puede inducir a error al público en cuanto a su naturaleza publicitaria.
2. La comunicación comercial se emite, con apariencia de noticia, en el informativo *TG7 Noticias 2ª edición* del día 15 de octubre de 2015 entre las 21:46:24 y las 21:47:14 horas.
En el mencionado noticiario, la presentadora introduce en plató la pieza publicitaria con el siguiente mensaje:


El concesionario de coches multimarca 'Motor Dos' estrena imagen, unas instalaciones nuevas, adaptadas a las últimas tecnologías, lo que podríamos llamar un concesionario 3.0, con dispositivos digitales que cambiarán la forma de comprar y vender coches. Se convierte de esta forma en el más grande a nivel provincial, albergará automóviles de alta gama y hoy hemos asistido a la presentación en exclusiva de uno de sus últimos modelos.

Las palabras de la presentadora permanecen en *off* mientras se introduce el video de la publicidad encubierta utilizando el formato de noticia, con imágenes de recurso del interior del concesionario incluyendo primeros planos de algunos de los vehículos y de los logotipos de varias marcas. A continuación, se ofrecen declaraciones de José María García, responsable de Marketing y NNTT de *Motor Dos* Granada:

Convertimos nuestro concesionario en un concesionario 3.0, pantallas en las que se va a ver nuestro coche tengamos el color que tengamos, elijamos el color que elijamos, un trato muy personalizado, vamos a ser el concesionario con más metros cuadrados de exposición de la provincia de Granada, y por supuesto, ampliando personal y dando el mejor servicio que podemos dar en estos momentos.

La pieza publicitaria, de 50'' de duración total, no cuenta con rótulo que indique los nombres de los responsables de su realización.



Código Seguro De Verificación:	0VqMcq3Z06A1GgBar68siQ==	Fecha	17/12/2015		
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/0VqMcq3Z06A1GgBar68siQ==	Página	1/3		

Todas las características descritas anteriormente evidencian que la pieza constituye publicidad encubierta de una marca comercial emitida bajo apariencia de noticia en un informativo. Su carácter publicitario se constata, además de con su escasa cualidad de hecho noticable, atendiendo al detalle con que la presentadora describe las supuestas virtudes del concesionario, utilizando la misma terminología que usa en sus declaraciones uno de los responsables del mismo.

3. El artículo 2.32 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la 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.*

En este sentido, el apartado 8 del artículo 58 de la misma LGCA contempla como infracción grave *la emisión de comunicaciones comerciales encubiertas, que utilicen técnicas subliminales, que fomenten comportamientos nocivos para la salud en los términos establecidos en el apartado 3 del artículo 18, que fomenten comportamientos nocivos para el medio ambiente o para la seguridad de las personas, o que sean de naturaleza política, salvo los casos de excepción legal, o que incurran en las prohibiciones establecidas en la normativa de publicidad.*


Los hechos descritos constituyen un supuesto de comunicación comercial audiovisual televisiva encubierta tal como la define la LGCA en su Art. 2.32, ya que el prestador intenta presentar como informativa una pieza de carácter publicitario inserta en el noticiario.

4. La distinción entre contenidos y publicidad, además de ser un aspecto regulado por la legislación, es una de las premisas fundamentales de la ética periodística. Ambos conceptos, además de diferir en sus planteamientos formales, parten de propósitos tan alejados como el informativo y el comercial, respectivamente.

Los códigos deontológicos de diversos medios y asociaciones hacen hincapié en la necesidad de eliminar cualquier posible confusión entre información y publicidad. En la emisión analizada por este Consejo se ponen de manifiesto dos hechos fundamentales:

- Posee carácter promocional, incluyendo menciones verbales tanto de la presentadora como del entrevistado al producto publicitado.
- Induce a error en el público en cuanto a su naturaleza, ya que se inserta en un informativo y se presenta como noticia.



Código Seguro De Verificación:	0VqMcq3Z06A1GgBar68siQ==	Fecha	17/12/2015		
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/0VqMcq3Z06A1GgBar68siQ==	Página	2/3		

Se trata, por tanto, de publicidad encubierta, ya que el prestador público TG7 no sólo no advierte de su intención promocional, sino que intenta otorgarle carácter informativo, presentando la pieza como una comunicación sobre un hecho nuevo de utilidad y valor para el receptor. La confusión al descodificar el espectador la pieza es notable, ya que se ésta se inserta en un noticiero, que es el emblema del género informativo televisivo. Así, atendiendo al contexto de emisión, a la presentación y al uso de recursos formales propios de una noticia, el receptor interpreta como informativo un contenido puramente publicitario.

Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos celebrada el día 14 de diciembre de 2015, 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 16 de diciembre de 2015, y previa deliberación de sus miembros acuerda por MAYORÍA las siguientes

DECISIONES

PRIMERA.- Advertir al Ayuntamiento de Granada y a TG7 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, que además, al presentarse como información en un telenoticiario, induce aún más a error sobre la naturaleza real del contenido emitido.

SEGUNDA.- Advertir al prestador de que la separación clara y explícita entre información y publicidad es una obligación recogida por la legislación y desarrollada por los códigos deontológicos de la profesión periodística.

TERCERA.- Notificar esta decisión al Ayuntamiento de Granada y al prestador público.


CUARTA.- Remitir al Ayuntamiento de Granada y a TG7 los *Criterios y recomendaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre comunicaciones comerciales encubiertas*.

En Sevilla, a 16 de diciembre de 2015.

LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL
DE ANDALUCÍA.

Fdo.: Emelina Fernández Soriano.



Código Seguro De Verificación:	0VqMcq3Z06A1GgBar68siQ==	Fecha	17/12/2015		
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/0VqMcq3Z06A1GgBar68siQ==	Página	3/3		