

Decisión 19/2016 del Consejo Audiovisual de Andalucía por la que se advierte al prestador público TG7 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 publicitan bebidas alcohólicas por parte del prestador público de televisión local TG7, 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. 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 12:08:19 y las 12:10:10 horas, y se enmarca dentro de la programación especial del prestador con motivo de la celebración del Día de la Cruz en la capital granadina. Así, durante la retransmisión en directo del acto inaugural de la fiesta, el presentador introduce un video de casi 2 minutos en el que, supuestamente, se explica el proceso de creación del cartel oficial de la fiesta, "*gentileza de Cervezas Alhambra*", como comenta en su presentación advirtiéndose de fondo un decorado realizado con cajas de la mencionada bebida.

El propio prestador emite entonces, a pantalla completa, el video anunciado, que es un publirreportaje de la marca comercial de cervezas en el que se alternan imágenes de la realización del cartel con otras del proceso de elaboración de la bebida, incluyendo primeros planos del embotellado con la marca claramente visible. El publirreportaje finaliza con el *off* "*y celebrar contigo que llevamos casi 100 años haciendo cerveza con nuestro propio estilo, cuidando cada detalle y respetando la tradición*".

Durante el transcurso de la emisión descrita no se inserta señalización alguna que advierta al espectador del carácter promocional de la misma.

3. El Consejo Audiovisual de Andalucía considera que la pieza emitida hace publicidad de la mencionada bebida alcohólica, ya que, de manera continuada, se realiza promoción exclusiva de esa marca comercial de alcohol en un horario no permitido, mostrando de manera reiterada el nombre comercial del producto, además de citarlo en la locución y de ofrecer numerosas imágenes en primer plano de las botellas y etiquetas con la marca claramente visible. Todo ello, además, tiene lugar dentro de la programación de un acto festivo en la capital granadina, con lo que el carácter publicitario de la pieza emitida queda poco definido.



Código Seguro De Verificación:	W8BSFg9fVykGxA9K1VIJUw==	Fecha	14/06/2016		
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/W8BSFg9fVykGxA9K1VIJUw==	Página	1/3		

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 de la pieza, 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.

En cuanto a la ausencia de señalización de la publicidad de la cerveza *Alhambra*, 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".*



Código Seguro De Verificación:	W8BSFg9fVykGxA9K1VIJUw==	Fecha	14/06/2016		
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/W8BSFg9fVykGxA9K1VIJUw==	Página	2/3		

Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos celebrada el día 31 de mayo de 2016, 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 8 de junio de 2016, y previa deliberación de sus miembros acuerda por mayoría las siguientes

DECISIONES

PRIMERA.- Advertir al Ayuntamiento de Granada y al prestador 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, por ser susceptible de inducir al público a error en cuanto a la naturaleza de dicha presentación.

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

SEGUNDA.- Advertir al Ayuntamiento de Granada y a TG7 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 al Ayuntamiento de Granada y al prestador público 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.


CUARTA.- Notificar esta decisión al Ayuntamiento de Granada y a TG7.

QUINTA.- Remitir al Ayuntamiento de Granada y al prestador público los *Criterios y recomendaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre comunicaciones comerciales encubiertas.*

En Sevilla, a 8 de junio de 2016
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL
DE ANDALUCÍA

Fdo: Emelina Fernández Soriano



Código Seguro De Verificación:	W8BSFg9fVykGxA9K1VIJUw==	Fecha	14/06/2016		
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/W8BSFg9fVykGxA9K1VIJUw==	Página	3/3		