

**DECISIÓN 21/2016 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA POR LA QUE SE ADVIERTE AL PRESTADOR MIJAS 3.40 DE LA INSERCIÓN DEL PATROCINIO DE LOS DEPORTES DEL INFORMATIVO DIARIO.**

1. El Consejo Audiovisual de Andalucía, a través de su sistema de seguimiento de medios, ha detectado en el prestador Mijas 3.40 (Agrupación Radiofónica, S.A.) la inserción de patrocinios de la sección de los deportes del informativo que no cumplen con los criterios establecidos para esta modalidad publicitaria por el Consejo Audiovisual de Andalucía en el Pleno del 18 de julio de 2012, en relación con el artículo 16 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (LGCA).
2. Los patrocinios detectados, si bien hacen referencia a la sección de los deportes del informativo, se emiten justo antes y después del noticiario completo. En todos los casos, un *off* (*Automóviles Antonio Angulo patrocina 'Los Deportes'*) acompaña la imagen fija del logotipo del concesionario, para dar paso después a la emisión de un *spot* del propio patrocinador. A continuación se adjuntan los datos de las emisiones:


HORA INICIO	HORA FIN	DURACIÓN
26/05/2016 21:59:05	26/05/2016 21:59:43	00:00:38
26/05/2016 21:30:05	26/05/2016 21:30:41	00:00:36
26/05/2016 13:55:07	26/05/2016 13:55:45	00:00:38
26/05/2016 13:29:47	26/05/2016 13:30:23	00:00:36
26/05/2016 9:25:48	26/05/2016 9:26:25	00:00:37
26/05/2016 9:00:28	26/05/2016 9:01:04	00:00:36
26/05/2016 2:05:40	26/05/2016 2:06:16	00:00:36

3. El artículo 16 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, que regula el patrocinio, establece en su apartado primero que los *prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a que sus programas sean patrocinados, excepto los programas de contenido informativo de actualidad*. Asimismo, el apartado segundo contempla que el *público debe ser claramente informado del patrocinio al principio, al inicio de cada reanudación tras los cortes que se produzcan o al final del programa mediante el nombre, el logotipo, o cualquier otro símbolo, producto o servicio del patrocinador*.

En referencia a esta modalidad publicitaria, y dado que el desarrollo de las previsiones contenidas en la LGCA, en lo relativo a comunicación comercial televisiva, se ha llevado a cabo por el Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, que circunscribe su ámbito de aplicación a los prestadores de los servicios de comunicación audiovisual de cobertura estatal, el Pleno del Consejo aprobó, el 18 de julio de 2012, los *Criterios interpretativos sobre regulación del patrocinio televisivo*, con el objetivo de establecer reglas de aplicación uniforme sobre el patrocinio en televisión.



<b>Código Seguro De Verificación:</b>	fWJM1PM9bENLZ0bHayXKRg==	<b>Fecha</b>	14/07/2016
<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/fWJM1PM9bENLZ0bHayXKRg==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/fWJM1PM9bENLZ0bHayXKRg==</a>	<b>Página</b>	1/3



De conformidad con lo anteriormente expuesto, se ha de señalar que el patrocinio, en aquellos programas permitidos por la normativa, ha de cumplir con unos requisitos para que no compute dentro de los 12 minutos de mensajes publicitarios a los que tienen derecho los prestadores. Concretamente, y en relación con el formato del patrocinio, los criterios interpretativos elaborados por el CAA establecen las siguientes precisiones:

*2. Se admite el patrocinio del bloque de información meteorológica y del bloque de información deportiva dentro de los programas informativos, siempre que tengan entidad autónoma.*

*3. La duración del patrocinio no podrá exceder de 10 segundos.*

*4. El patrocinio debe ir colocado inmediatamente antes o inmediatamente después del programa patrocinado, o al inicio de cada reanudación tras los cortes que se produzcan.*

*5. El mensaje debe limitarse a la identificación del patrocinio mediante el nombre, logotipo, símbolo, producto o servicio del mismo.*


*La identificación del patrocinador deberá hacerse de manera verbal, visual o de ambas formas. No obstante, a efectos de exclusión del cómputo, no se admitirán ningún mensaje verbal o visual que incite directamente a la compra o arrendamiento de productos, bienes o servicios, mediante referencias de promoción concreta a éstos.*

*No se admitirán como patrocinios los mensajes publicitarios o de televenta, ni extractos de mensajes publicitarios o de televenta. No se podrá patrocinar aquellos cuyas características y presentación sean similares a los mensajes publicitarios o de televenta, como las imágenes de video o la existencia de estructura narrativa.*

4. En el caso que aquí ocupa, si bien la pieza emitida indica que el patrocinio se refiere a la sección de los deportes, aquélla no se ha colocado inmediatamente al principio y al final de este bloque, como unidad programática autónoma, sino del programa informativo completo del que forma parte. En cuanto al momento en que se inserta, el patrocinio parece vincularse al programa informativo, y no sólo a la sección de los deportes.

Por lo que respecta al formato del patrocinio analizado, si bien al comienzo tan solo se identifica al patrocinador con el nombre y logotipo, después se incluye un *spot* cuyas características y presentación lo asocian inequívocamente con un mensaje publicitario,



<b>Código Seguro De Verificación:</b>	fwJM1PM9bENLZ0bHayXKRg==	<b>Fecha</b>	14/07/2016		
<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/fwJM1PM9bENLZ0bHayXKRg==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/fwJM1PM9bENLZ0bHayXKRg==</a>	<b>Página</b>	2/3		

que incluye imágenes de vídeo y referencias de promoción concretas al patrocinador ("y además, servicios de gestión, financiación, seguros, mecánica, chapa y pintura"), con una duración que excede con mucho el máximo permitido de 10 segundos.

El patrocinio descrito constituye un supuesto no admitido por el artículo 16 de la LGCA, a la luz de los criterios interpretativos aprobados a este respecto por el Consejo Audiovisual de Andalucía.

Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos celebrada el día 5 de julio de 2016, 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 13 de julio de 2016, y previa deliberación de sus miembros acuerda por UNANIMIDAD/MAYORÍA las siguientes DECISIONES:

**PRIMERA.-** Advertir a Agrupación Radiofónica, S.A. (Mijas 3.40) de que debe corregir la emisión de patrocinios, ya que, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 16 de la LGCA, la inserción de estas comunicaciones comerciales precede y sigue de manera inmediata al programa al que se refiere, o a las partes autónomas de estos.

A este respecto, conviene recordar que los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a que sus programas sean patrocinados, excepto los de contenido informativo de actualidad.


**SEGUNDA.-** Advertir al prestador de que la inclusión de esta modalidad publicitaria, en los programas y subprogramas no excluidos por la LGCA, debe atenerse a los criterios interpretativos para establecer reglas de aplicación uniforme sobre el patrocinio en televisión, aprobados el 18 de julio de 2012 por el Consejo Audiovisual de Andalucía.

**TERCERA.-** Notificar esta decisión a Agrupación Radiofónica, S.A. (Mijas 3.40).

En Sevilla, a 13 de julio de 2016  
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL  
DE ANDALUCÍA

Fdo.: Emelina Fernández Soriano.



<b>Código Seguro De Verificación:</b>	ƒWJM1PM9bENLZ0bHayXKRg==	<b>Fecha</b>	14/07/2016		
<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/ƒWJM1PM9bENLZ0bHayXKRg==">https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/ƒWJM1PM9bENLZ0bHayXKRg==</a>	<b>Página</b>	3/3		