

DECISIÓN 05/2017 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA POR LA QUE SE ADVIERTE AL PRESTADOR PÚBLICO RTVM MARBELLA DEL PATROCINIO DEL INFORMATIVO DIARIO.


1. El Consejo Audiovisual de Andalucía ha detectado, a través de su sistema de seguimiento de medios, la inserción de un patrocinio en el informativo del prestador público RTVM Marbella (Difusión y Comunicación 2000, S.L.), un hecho que contraviene lo establecido en el artículo 16 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (LGCA, en adelante).
2. Las inserciones de patrocinio del informativo de la cadena se producen al comienzo de su emisión y en la reanudación del mismo tras una pausa publicitaria, insertándose un *spot* de una marca de automóviles seguido de un cartón con el mencionado nombre del patrocinador, que se enuncia verbalmente. A continuación se adjuntan los datos de las emisiones:

Hora inicio	Hora fin	Duración
12/01/2017 22:58:52	12/01/2017 22:59:37	00:00:45
18/12/2016 14:13:21	18/12/2016 14:13:45	00:00:24
18/12/2016 14:52:09	18/12/2016 14:52:33	00:00:24
18/12/2016 20:08:34	18/12/2016 20:08:58	00:00:24
18/12/2016 20:47:21	18/12/2016 20:47:46	00:00:25

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, pero no en el caso de los programas de contenido informativo de actualidad, que no pueden ser patrocinados, aunque sí es posible el patrocinio del bloque de información meteorológica y del bloque de información deportiva dentro de los programas informativos siempre que tengan entidad autónoma. Los hechos descritos, no obstante, constituyen un supuesto de patrocinio no admitido por referirse al programa informativo de actualidad en su conjunto, lo que se supone un incumplimiento de lo estipulado por la LGCA en el artículo mencionado.

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.



Código:	aT08w47a8GAIHctcJyS2NA==	Fecha	16/02/2017	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	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, es necesario analizar el formato del patrocinio: si bien al final tan solo se identifica al patrocinador con el nombre y logotipo, anteriormente se incluye un *spot* cuyas características y presentación lo asocian inequívocamente con un mensaje publicitario, que incluye imágenes de video y referencias de promoción concretas a una nueva gama de la marca comercial ("*Únete a la generación que busca un nuevo concepto de movilidad*", "*Descubre la gama Ioniq*"), con una duración que excede con mucho el máximo permitido de 10 segundos.



Código:	aT08w47a8GAIHctcjyS2NA==	Fecha	16/02/2017	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	2/3	

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 7 de febrero de 2017, 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 8 de febrero de 2017, y previa deliberación de sus miembros acuerda por UNANIMIDAD las siguientes

DECISIONES

PRIMERA.- Advertir a Difusión y Comunicación 2000, S.L. (RTVM Marbella) de que, de acuerdo a lo establecido en el artículo 16.1 de la LGCA, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a que sus programas sean patrocinados, excepto los programas 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 Difusión y Comunicación 2000, S.L. (RTVM Marbella).

En Sevilla, a 8 de febrero de 2017.
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE
ANDALUCÍA.

Fdo.: Emelina Fernández Soriano.



Código:	aT08w47a8GAIHctcjyS2NA==	Fecha	16/02/2017	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	3/3	