

INFORME DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA SOBRE EMISIONES DE IMÁGENES DEL TABACO EN LOS PROGRAMAS EMITIDOS POR LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

1.- El Consejo Audiovisual de Andalucía ha recibido un escrito en el que se plantea una serie de cuestiones relativas a la emisión en una televisión municipal de entrevistas de archivo a personajes relevantes en las que aparecen fumando.

Analizado el contenido del mismo, y tras su previa consideración en el Pleno celebrado el día ..., la Comisión de Contenidos y Publicidad del Consejo Audiovisual de Andalucía (en adelante, CAA) reunida el 13 de marzo de 2017, a la vista de las dudas suscitadas y del consecuente interés que supone su esclarecimiento para el conjunto de los prestadores sujetos a la competencia del CAA, acordó elaborar un informe sobre la aplicación de la legislación antitabaco a los programas televisivos.

2.- La función de salvaguardar los derechos de las personas menores de edad, en lo que se refiere a los contenidos de la programación y a las emisiones publicitarias, es una de las funciones principales que tiene encomendada el Consejo Audiovisual de Andalucía; concretamente, en el caso que nos ocupa, los riesgos de la exposición de menores ante imágenes del tabaco. La salvaguarda de sus derechos prevalece con carácter general en todas las actuaciones del Consejo (art. 5 del Reglamento Orgánico y de Funcionamiento de Consejo Audiovisual de Andalucía, aprobado por Decreto 219/2006, de 19 de diciembre (ROFCAA).


Junto a ella, corresponde al CAA la vigilancia del cumplimiento de lo establecido en la normativa en materia de programación de contenidos audiovisuales y emisión de publicidad, en virtud de lo establecido en los apartados 6 y 21 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del CAA.

Entre las medidas a adoptar, el Consejo puede emitir informes o dictámenes en materias de su competencia a iniciativa propia (art. 4.3 de la Ley 1/2004 y 34.3 del ROFCAA), ante cuestiones como las que nos ocupa.

3.- La estrategia de lucha contra el tabaquismo se ha llevado a cabo mediante el establecimiento de fuertes restricciones en materia de publicidad, al objeto de limitar la inducción a su consumo y la exposición de los niños y adolescentes a las imágenes del tabaco. En este sentido, en el ámbito comunitario, su regulación se encuentra en dos Directivas. La primera, sobre la publicidad del tabaco (2003/33/CE) prohíbe en toda la UE la publicidad y el patrocinio transfronterizos del tabaco en medios de comunicación distintos de la televisión. La prohibición abarca la prensa escrita, la radio, internet y el patrocinio de acontecimientos en los que participen varios Estados miembros, como los Juegos Olímpicos y las carreras de Fórmula Uno. La prohibición incluye la publicidad y el patrocinio directos o indirectos para promocionar el tabaco.



Código:	ZZW2D700IPMPT6WfIhQWg6/hDJBT/G	Fecha	21/04/2017
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	1/5



En televisión, la publicidad y el patrocinio del tabaco ya estaban prohibidos desde 1989 en virtud de la Directiva sobre televisión sin fronteras (89/552/CEE). Esta Directiva fue sustituida por la Directiva de servicios de comunicación audiovisual (2010/13/UE), que amplía la prohibición a todas las formas de comunicaciones comerciales audiovisuales, como el emplazamiento de productos

En el plano internacional, el artículo 13 del Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco, que entró en vigor el 27 de febrero de 2005, establece las obligaciones de las Partes para prohibir o restringir la publicidad, la promoción o el patrocinio del tabaco. En julio de 2007, la Conferencia de las Partes en el Convenio decidió crear un grupo de trabajo cuya tarea consistía en elaborar un proyecto de directrices sobre la aplicación de su artículo 13 y presentar recomendaciones. Las mismas fueron adoptadas en noviembre de de 2008.


Ya en el ámbito nacional, la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA), contiene la normativa básica en materia audiovisual. En su articulado aborda la regulación del fenómeno del tabaco, si bien sólo en sus aspectos publicitarios lo hace de manera expresa. En su artículo 18, prevé la prohibición de *la comunicación comercial de cigarrillos y demás productos de tabaco, así como de las empresas que los producen.*

En lo que respecta al resto de contenidos, no contempla ninguna limitación expresa más allá de las medidas de protección especial relativas a los derechos del menor. A este fin, en el artículo 7.2 se establece la prohibición de la emisión de contenidos audiovisuales que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores (...). Aquellos otros contenidos que puedan resultar perjudiciales para su desarrollo físico, mental o moral sólo podrán emitirse en abierto entre las 22 y las 6 horas.

Junto a ello, la Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco estableció el nuevo marco de regulación en lo referente a esta sustancia e introdujo, entre otras prohibiciones, en su artículo 9, la de toda clase de publicidad, promoción y patrocinio de los productos del tabaco en todos los medios, incluidos los servicios de la sociedad de la información, con excepción de publicaciones cuyos destinatarios son profesionales del sector; las publicaciones con publicidad de tabaco fuera de la UE no destinadas al mercado comunitario. Además, prohíbe la distribución gratuita o promocional de estos productos para promocionarlos.

En su Exposición de motivos, justifica la aprobación de aquellas medidas en la necesidad de incidir limitativamente en todas las clases y medios de publicidad, entre los que se incluyen los radiofónicos y los televisivos, dada la probada influencia que aquellos ejercen sobre las conductas personales y los hábitos sociales, al constituirse en un claro elemento de inducción y favorecimiento del consumo de estos productos, especialmente en el ámbito infantil y juvenil.



Código:	ZZW2D700IPMPT6WfIhQWg6/hDJBT/G	Fecha	21/04/2017	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	2/5	

Posteriormente, la Ley 42/2010, de 30 de diciembre, que modificó la Ley 28/2005, introdujo un apartado 3 al artículo 9 de esta, con la siguiente literalidad: *Se prohíbe en todos los medios de comunicación, incluidos los servicios de la sociedad de la información, la emisión de programas o de imágenes en los que los presentadores, colaboradores o invitados:*

a) *Aparezcan fumando.*

b) *Mencionen o muestren, directa o indirectamente, marcas, nombres comerciales, logotipos u otros signos identificativos o asociados a productos del tabaco.*


Por tanto, se concluye que está prohibida la comunicación comercial de cigarrillos y demás productos de tabaco, así como de las empresas que los producen; así como, la emisión de programas o de imágenes en los que los presentadores, colaboradores o invitados: aparezcan fumando o mencionen o muestren, directa o indirectamente, marcas, nombres comerciales, logotipos u otros signos identificativos o asociados a productos del tabaco.

Por tanto, no se incluyen dentro del ámbito de la prohibición las películas ni las series, lo que ha generado que desde distintos sectores se denuncie los riesgos que ello conlleva, dado que en las mismas los adolescentes presencian imágenes relacionadas con el consumo de tabaco sin ningún tipo de restricción.

En este sentido, el Código de Autorregulación de contenidos Televisivos e Infancia acordado en 2011, cuya conformidad a la Ley 7/2010 se ha verificado mediante Resolución de la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia, contempla el *tabaquismo grave*, en el apartado de Drogas, como contenido potencialmente de riesgos para la infancia en orden a la calificación del mismo. De tal forma que su presencia o presentación mínima, accesoria o fugaz comportaría su calificación para Todos los públicos; su presencia o presentación negativa, +7 años; su presencia o presentación explícita o detallada, negativa o claramente reprochada, +7 años, en el supuesto de protagonismo de menores con presencia o presentación negativa o claramente reprochada +12 años y si es no negativa o reprochada +16 años, y finalmente, en el supuesto de que exista incitación su calificación es +16 años.

Por su parte, la Resolución de 16 de febrero de 2010, del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, en la que se establecen criterios para la calificación por grupos de edad de las películas cinematográficas y otras obras audiovisuales, así como pictogramas informativos, se prevé la calificación como película *No recomendada para menores de 12 años*, aquellas en las que "No se incluyen la apología o la banalización del consumo de drogas".



Código:	ZZW2D700IPMPT6wfIhQWg6/hDJBT/G	Fecha	21/04/2017	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	3/5	

Señalar que la Organización Mundial de la Salud, en la última edición del informe **Películas sin tabaco: de la evidencia a la acción**, muestra su preocupación por la influencia del cine en la iniciación de los adolescentes al tabaco. Propone, entre otras medidas, eliminar las subvenciones a los filmes con fumadores, que estos pasen a ser para adultos y que se proyecten anuncios antitabaco antes de cada sesión. No se recomienda pixelar las películas antiguas ni cambiar su clasificación.

Conforme a los antecedentes expuestos, la cuestión se centra en determinar el alcance de la prohibición establecida en la Ley 42/2010, de 30 de diciembre, respecto a aquellos programas o entrevistas realizados cuando la misma no estaba vigente. Los tiempos cambian, antes era raro el programa de debate o de entrevistas en el que no se fumaba. Se trata de programas de archivo realizados en una época en las que era común y estaba permitido fumar en los mismos. El alcance de la prohibición se refiere a la realización y emisión de programas actuales, dado que una interpretación inclusiva de las imágenes o programas de archivo conllevaría la imposibilidad de su difusión y abocaría la desaparición de los mismos. Ello no quiere decir, que su difusión pueda realizarse sin ningún tipo de restricción, sino que ha de valorarse los concretos contenidos para determinar su horario de emisión. Los derechos de los menores y los jóvenes han de prevalecer y, en consecuencia, debe extremarse la cautela pero, al igual que ocurre con las películas antiguas respecto de su clasificación, las características históricas o de época del programa o las imágenes han de ser tenidas en consideración y justifican que queden fuera de dicha prohibición.

Por tanto, a la vista de lo expuesto, se CONCLUYE:

1.- Está prohibida tanto en radio como en televisión *la comunicación comercial de cigarrillos y demás productos de tabaco, así como de las empresas que los producen.*

Asimismo, está prohibida la emisión de programas o de imágenes en los que los presentadores, colaboradores o invitados: aparezcan fumando o mencionen o muestren, directa o indirectamente, marcas, nombres comerciales, logotipos u otros signos identificativos o asociados a productos del tabaco.


2.- Respecto de aquellas imágenes no afectadas por dichas prohibiciones deberá tenerse en cuenta los contenidos potencialmente perjudiciales para la infancia que contiene el programa para su calificación y su emisión dentro de los horarios establecidos, de conformidad con el Código de Autorregulación de contenidos Televisivos e Infancia.

3.- Ha de entenderse que constituyen contenidos positivos para la infancia aquellos que están diseñados para la prevención, denuncia o concienciación sobre el tabaco.

4.- Asimismo, para la difusión de aquellos programas e imágenes de archivo realizados con anterioridad a la entrada en vigor de la Ley 42/2010, en los que los presentadores, colaboradores e invitados aparezca fumando o mencionen o muestren directa o indirectamente signos o indicativos asociados al tabaco, se recomienda indicar por cualquier procedimiento su carácter de imagen de archivo.



Código:	ZZW2D700IPMPT6wfIhQWg6/hDJBT/G	Fecha	21/04/2017
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	4/5



Así mismo, a efectos de horario de emisión se deberá tener en cuenta el contenido potencialmente perjudicial para la infancia del programa en cuestión; es decir, si se trata de una presentación o presencia accesoria, mínima o fugaz en cuyo caso no estaría afectado por limitaciones horarias o, en caso contrario, ante presencia explícita su emisión debería efectuarse fuera del horario de protección de menores, es decir, de las 22 horas hasta las 6 h.

Es cuanto el Consejo Audiovisual de Andalucía informa, en ejercicio de las competencias que tiene asignadas.

En Sevilla, a 19 de abril de 2017.
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL
DE ANDALUCÍA.

Fdo.: Emelina Fernández Soriano.



Código:	ZZW2D700IPMPT6wfIhQWg6/hDJBT/G	Fecha	21/04/2017
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	5/5

