

**DECISIÓN 42/2017 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA POR LA QUE SE ARCHIVA EL EXPEDIENTE DE INFORMACIÓN PREVIA ABIERTO A LA 1 DE RTVE POR LA EMISIÓN EN LA DESCONEXIÓN TERRITORIAL PARA ANDALUCÍA DE CONTENIDOS SOBRE BEBIDAS ALCOHÓLICAS CON UN NIVEL SUPERIOR DE VEINTE GRADOS.**

[EXAC-2017-014

**1.-** El Consejo Audiovisual de Andalucía (en adelante, CAA) detectó, a través de su sistema de seguimiento de medios, detectó la emisión, en el telenoticiario La 1 Noticias Andalucía del prestador público nacional RTVE, de contenidos susceptibles de constituir un supuesto de publicidad encubierta de bebidas alcohólicas de más de veinte grados, por inducir a error en cuanto a su naturaleza publicitaria debido a su presentación como noticia.

Se trata de una noticia, emitida el 5 de diciembre de 2016, dentro del horario de protección infantil establecido, sobre la fabricación en la provincia de Huelva de una ginebra, en la destilería Martes Santos. El interés informativo sobre el producto y la empresa se justifica por sus características ecológicas, únicas en España, y el sistema de fabricación artesanal empleado. La noticia, con una duración de 2 minutos y ocho segundos incluye imágenes de las instalaciones, del proceso de fabricación y entrevistas a responsables de la empresa del producto.


Tanto el off como todos los entrevistados, en calidad de integrantes de la empresa, destacan la singularidad y exclusividad de la ginebra. Hasta en siete ocasiones, la información sobre las cualidades y características del producto se ilustran con imágenes de primeros planos de diferentes botellas de ginebra, con la marca comercial, perfectamente visible.

Con fecha 10 de febrero de 2017, el Área de Contenidos de este Consejo elaboró un informe en el que concluye que "la pieza emitida podría constituir un supuesto de publicidad encubierta, según los *Criterios y Recomendaciones sobre comunicaciones comerciales encubiertas del CAA*, debido a que se presentan con una prominencia indebida –y durante un tiempo superior a la media del resto de noticias del informativo- sólo los productos de una empresa concreta, mostrándolos de manera continuada en imágenes y refiriéndose a ellos con expresiones laudatorias que destacan su singularidad y exclusividad. Además, la ausencia de referencias críticas sobre el producto es tal que incluso se minimiza el daño que el alcohol provoca en el organismo, pese a que no haya una incitación explícita a su consumo".

A la vista de estos antecedentes, y a propuesta de la Comisión de Contenidos y de Publicidad, el Pleno del CAA acordó la apertura de un expediente de información previa, en su sesión celebrada el día 22 de febrero de 2017.

De dicho acuerdo se dio traslado al prestador, al objeto de que pudiese formular alegaciones y aportar la documentación que considerase oportuna.



<b>Código:</b>	ZZW2D726R7Z1WNLJc//VL9ym9kjGi	<b>Fecha</b>	01/06/2017	
<b>Firmado Por</b>	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	<b>Página</b>	1/4	

**2.-** Dentro del plazo conferido al efecto, D. Ernesto Real Millán, actuando en nombre y representación de Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (en adelante, CRTVE), presentó el 3 de abril de 2017, un escrito solicitando el archivo del expediente, sobre la base de las siguientes alegaciones:

1ª. En el reportaje cuestionado no se lleva a cabo actividad ni actuación publicitaria alguna, por cuanto en el mismo no se dan los elementos que integran la definición de comunicación comercial audiovisual, a tenor de lo dispuesto en el art. 2. 24 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA). El reportaje no trae causa de actividad promocional intencionada, ni se incluye en el informativo a cambio de contraprestación.

2ª. La pieza ha de ser calificada como un breve documental o reportaje en el que se lleva a cabo un acto de divulgación cultural y turística. En aquella se encuentran todas las características fundamentales que definen a este tipo de reportaje: se muestra la historia de las actividades de la destilería Martes Santo, radicada en Higuera de la Sierra (Huelva), que se presenta como una de las destilerías más antiguas de España y en la que se elabora la única ginebra 100 % artesanal y ecológica del país. La intención en la elección de los temas y localizaciones de estos reportajes es la de hacer referencia a las bondades de los productos o enclaves andaluces que puedan resultar más significativos e interesantes, primando la finalidad divulgativa y de promoción turística de los que puedan resultar menos conocidos.


El prestador indica, a título de ejemplo, otras emisiones similares a la que trae causa de este expediente, que no han recibido reprobación alguna, ni administrativa ni judicial, en las que igualmente se describen las actividades de empresas y se muestran bebidas alcohólicas.

3ª. Sobre la intención o propósito publicitario de la pieza, CRTVE hace referencia a que, de haber existido dicha intención, debería haber recibido una contraprestación, al tiempo que la emisión del reportaje debería haber tenido causa en un encargo o acuerdo con la destilería Martes Santo. En consecuencia, cabe concluir que falta el propósito publicitario, dado el tono divulgativo y cultural del reportaje, la ausencia de relaciones comerciales o vínculos de cualquier tipo entre la CRTVE y la destilería, la inexistencia de reiteración en la aparición o mención a esta en cualesquiera de los programas del prestador, la falta de contraprestación y de relación comercial entre ambas empresas y, por último, la imposibilidad general de percibir cualquier tipo de contraprestación, que se deriva de la prohibición legal que pesa sobre la CRTVE respecto a la publicidad.

El prestador adjunta certificado emitido por el director del Centro Territorial de la CRTVE en Andalucía, en el que niega cualquier acuerdo comercial con Destilerías Martes Santo, así como el recibo de retribución económica por parte de la misma. A colación de lo cual, cita dos sentencias de la Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional, en las que se determina que tales elementos, ausentes en este caso, constituyen indicios de la existencia de una intención o propósito publicitario.



<b>Código:</b>	ZZW2D726R7Z1WNLJc//VL9ym9kjGi	<b>Fecha</b>	01/06/2017
<b>Firmado Por</b>	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	<b>Página</b>	2/4



4ª. Finalmente, se insiste en que ni por el contenido ni por el entorno en el que se emite se desprende la intención de crear confusión en los telespectadores.

**3.-** Con fecha 4 de mayo de 2017, se emite informe por el Área Jurídica del Consejo en el que se analiza, en orden a la apertura de un procedimiento sancionador, si la pieza en cuestión constituye un contenido informativo con un efecto publicitario secundario o, por el contrario, se trata de una comunicación comercial revestida de apariencia informativa; si se trata de una mención informativa o un supuesto de publicidad encubierta.

De acuerdo con la fundamentación contenida en el citado informe, se ha de partir de la prohibición establecida de cualquier tipo de publicidad televisiva de bebidas alcohólicas con un nivel superior de veinte grados. Por tanto, es responsabilidad del prestador extremar la precaución en la emisión de contenidos que aún con una apariencia o propósito informativos puedan revestir cualquier elemento promocional.


En segundo término, dado que nos encontramos ante la emisión de un telenoticiario llamado a articular un derecho fundamental como es el derecho a la información, que por definición debe ser imparcial y objetivo, la introducción de cualquier elemento publicitario en la emisión de una noticia resulta especialmente grave, en atención a la confianza depositada por el telespectador en el propósito exclusivamente informativo de los mensajes e imágenes que recibe.

El producto se presenta como una innovación dentro de los de su clase y de carácter andaluz, de ahí su interés noticable. Existe, como se sostiene, una finalidad divulgativa y cultural. No obstante, el reportaje traspasa los límites de la estricta información dado que se realiza un promoción indirecta, al darse información del proceso de producción de la misma, resaltarse gráficamente el nombre de la marca en diversas ocasiones, contener expresiones laudatorias y no contrastarse los datos que se emiten, si bien no existe una incitación directa a su compra ni a su consumo. La cuestión a determinar es la finalidad principal de la emisión, informativa o publicitaria, para lo cual sería determinante comprobar si el origen de la información es el anunciante o el prestador; es decir, si ha mediado un encargo o cualquier tipo de remuneración por parte de la destilería Martes Santo o, por el contrario, no ha existido ninguna relación con el prestador a estos efectos.

Sobre la base de que la emisión se realiza en ejercicio de un derecho fundamental como es el de información que debe prevalecer cuando los indicios no son contundentes, se concluye que aun existiendo elementos promocionales reprobables en atención al programa, a la forma y al producto sobre el que versa el reportaje, no puede afirmarse con rotundidad que nos encontramos ante un supuesto de publicidad encubierta en orden a la apertura de un procedimiento sancionador; dado que no existe prueba suficiente que acredite que estamos ante una presentación deliberada con un propósito publicitario. Ciertamente existe una prominencia



<b>Código:</b>	ZZW2D726R7Z1WNLJc//VL9ym9kjGi	<b>Fecha</b>	01/06/2017
<b>Firmado Por</b>	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	<b>Página</b>	3/4



indebida, al aparecer en diversas ocasiones la marca en cuestión, la pieza presenta las características de un publirreportaje emitido en un programa informativo, si bien no existe una incitación a su compra o consumo ni se acredita que el mismo tenga un propósito netamente publicitario, hecho que quedaría de manifiesto si se probase el origen de la emisión.

No obstante, ello no significa que no esté justificada, en el ámbito de las competencias que tiene este Consejo la adopción de otras medidas para evitar la emisión reportajes informativos que contengan elementos promocionales como imágenes o ensalcen las virtudes de un producto cuya publicidad en el medio audiovisual se encuentra prohibida; máxime en un telenoticiario.

Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos y Publicidad celebrada el día 16 de mayo de 2017, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, de conformidad con lo establecido en los artículos 131.1 y 217 de la reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía, aprobado por la Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, en su reunión de 24 de mayo de 2017, y previa deliberación de sus miembros, adopta las siguientes

### DECISIONES

**PRIMERA.-** Archivar el expediente de información previa abierto al prestador público RTVE, por la emisión, en su informativo territorial, de comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas con un nivel superior de veinte grados, susceptibles de inducir al público a error en cuanto a su naturaleza publicitaria.

**SEGUNDA.-** Advertir que debe extremar la precaución en la emisión de contenidos informativos de productos, como las bebidas alcohólicas con un nivel superior a veinte grados, cuya publicidad en televisión está prohibida, especialmente cuando se difunden en franja horaria infantil.


La mención, con un propósito informativo, de un producto debe ser imparcial, ponderada, objetiva y justificada. Este Consejo considera que se han traspasado los límites de la estricta información en un telenoticiario llamado a articular un derecho fundamental como es el derecho a la información, que se sustenta sobre los principios fundamentales de imparcialidad, objetividad y veracidad, en atención a la confianza depositada por el telespectador en el carácter exclusivamente informativo de las noticias que recibe.

**TERCERA.-** Notificar este acuerdo a la Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.

En Sevilla, a 24 de mayo de 2017.  
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL  
DE ANDALUCÍA.

Fdo.: Emelina Fernández Soriano.



Código:	ZZW2D726R7Z1WNLJc//VL9ym9kjGi	Fecha	01/06/2017	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	Página	4/4	