

DECISIÓN 11/2018 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA POR LA QUE SE ADVIERTE AL PRESTADOR PÚBLICO HUELVA TV 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.

REF. EXAC-2018-016

1. El Consejo Audiovisual de Andalucía ha detectado, a través de su sistema de seguimiento de medios, la emisión de un publirreportaje en el que se publicitan bebidas alcohólicas por parte del prestador público de televisión local Huelva TV (Ayuntamiento de Huelva). Dicha emisión, encuadrada en un programa de actualidad, 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. Las dos emisiones (original y redifusión) se produjeron en los siguientes intervalos horarios:

Hora inicio	Hora fin	Duración
04/02/2018 11:22:55	04/02/2018 11:30:10	00:07:15
04/02/2018 7:22:55	04/02/2018 7:30:11	00:07:16

Ambas se integran en el programa semanal de información sobre el sector agroalimentario andaluz *Cuaderno agrario*. La pieza se dedica a explicar la relación entre los vinos de las Bodegas Robles y las víctimas de violencia de género, ya que existe una línea de bebidas cuyas ventas van destinadas a colaborar con una asociación.

Para ilustrar, se utilizan de manera recurrente primeros planos de la variedad de vinos, mientras que tanto el *off* como las declaraciones de las entrevistadas destacan continuamente las supuestas virtudes de la marca *Le vin Violette*, aludiendo de manera reiterada al carácter excepcional de su producción y a la apuesta ecológica y solidaria de las Bodegas Robles. La ausencia de puntos de vista y opiniones críticos o distintos de los expresados por la empresa bodeguera, así como la preeminencia de la imagen de las botellas pone de manifiesto que se trata de un formato más próximo al publirreportaje publicitario que a otro de carácter puramente informativo.

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 bodegas y botellas con la marca claramente visible. Todo ello, además, tiene lugar durante la retransmisión de un programa de actualidad, por lo que el

Código:	ZZW2D7527T0BDIPdYxL2Q0x+kKz6WK	Fecha	22/03/2018	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO	Página	1/3	
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/			

espectador podría ser inducido a error al entender la pieza descrita como una noticia en lugar de cómo un publirreportaje.

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 del espacio dedicado a la actualidad agroalimentaria, 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.

Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos celebrada el día 6 de marzo de 2018, 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 21 de marzo de 2018, y previa deliberación de sus miembros acuerda por MAYORÍA las siguientes

DECISIONES

PRIMERA.- Advertir al Ayuntamiento de Huelva (Huelva TV) 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

Código:	ZZW2D7527T0BDIPdYxL2Q0x+kKz6WK	Fecha	22/03/2018	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	2/3	



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 Huelva (Huelva TV) 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.- Notificar esta decisión al Ayuntamiento de Huelva (Huelva TV).

CUARTA.- Remitir al Ayuntamiento de Huelva (Huelva TV) los *Criterios y recomendaciones del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre comunicaciones comerciales encubiertas*.

En Sevilla, a 21 de marzo de 2018.
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL
DE ANDALUCÍA.

Fdo.: Emelina Fernández Soriano

Código:	ZZW2D7527T0BDIPdYxL2Q0x+kKz6WK	Fecha	22/03/2018	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	3/3	