

DECISIÓN 23/2018 DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA POR LA QUE SE ADVIERTE DE LA INSERCIÓN DE PATROCINIOS NO AJUSTADOS A LA NORMATIVA EN EL PRESTADOR PÚBLICO ANDALUZ CANAL SUR TV.

REF. EXAC-2018-030

1. El Consejo Audiovisual de Andalucía, a través de su sistema de seguimiento de medios, ha detectado en el prestador público autonómico andaluz Canal Sur TV (RTVA) la inserción de patrocinios no ajustados a la normativa durante su programación.
2. Los patrocinios se insertan durante la retransmisión del programa *Yo soy del Sur*. Se trata de *spots* con imágenes en movimiento de la marca promocionada que incluye de modo permanente la indicación en la esquina superior izquierda *Les ofrece este espacio*. El video, encuadrado en un marco de pantalla, ocupa alrededor del 80% del total y junto a él aparece el logotipo del prestador. El *off* del anuncio, que muestra cómo un hombre supera una ruptura sentimental pintando de nuevo su hogar, es el siguiente:

Mateo se ha quedado solo con el piso de los dos. Pero ella no se ha ido del todo.

- ¿Qué voy a hacer?

- Píntalo. Mateo, píntalo con Titanlux, píntalo de nuevo.

Al acabar el *spot* se inserta la cabecera del programa *Yo soy del Sur* (en una ocasión es la del especial *Yo soy del Sur express*), espacio patrocinado por la marca de pintura.


Los datos de las emisiones se incluyen en la siguiente tabla:

Hora inicio	Hora fin	Duración
02/06/2018 21:52:04	02/06/2018 21:52:24	00:00:20
02/06/2018 21:43:04	02/06/2018 21:43:24	00:00:20
02/06/2018 21:35:18	02/06/2018 21:35:38	00:00:20

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*.

El patrocinio no puede incitar directamente la compra o arrendamiento de bienes o servicios, en particular, mediante referencias de promoción concretas a estos. Además, el público debe ser claramente informado del patrocinio al principio, al inicio de cada

Código:	ZZW2D774FTYHZSFqah74I64j4DZpZb	Fecha	16/07/2018
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	1/3



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.

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, una serie de criterios interpretativos para establecer reglas de aplicación uniforme sobre el patrocinio en televisión.

En este sentido, se ha de señalar que el patrocinio 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.

Así, de acuerdo con los puntos 3 y 5 del apartado II A) de los criterios interpretativos antes citados:

La duración del patrocinio no podrá exceder de 10 segundos. En los supuestos de concurrencia de varios patrocinadores, cuya imagen deba ser mostrada de forma independiente, su duración máxima será de 30 segundos, con el límite máximo por cada espacio de patrocinio de 10 segundos.


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

No se admitirán las menciones verbales o visuales a las posibles virtudes, méritos u otras características del patrocinador o de sus productos o servicios.

Las comunicaciones comerciales descritas, con promoción concreta al producto y uso de elementos propios del *spot* publicitario (duración, imagen en movimiento y narrativa audiovisual), constituyen un supuesto de patrocinio que no se ajusta a los criterios aprobados por este Consejo para que pueda excluirse del cómputo del tiempo máximo de 12 minutos por hora de reloj que la LGCA permite, como máximo, para la emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales.

Código:	ZZW2D774FTYHZSFqah74I64j4DZpZb	Fecha	16/07/2018	
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO			
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	2/3	

Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos celebrada el día 26 de junio de 2018, 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 10 de julio de 2018, y previa deliberación de sus miembros acuerda por UNANIMIDAD las siguientes

DECISIONES

PRIMERA.- Advertir a la RTVA (Canal Sur TV) de que la inclusión de patrocinios en sus programas debe atenerse a lo dispuesto por el artículo 16 de la LGCA a los efectos de que no sean incluidos en el cómputo de tiempo de publicidad. Sobrepasar el límite de 12 minutos de mensajes publicitarios por hora de reloj establecido en el artículo 14.1 puede ser causa de infracción grave.

SEGUNDA.- Notificar esta decisión a la RTVA (Canal Sur TV).

TERCERA.- Remitir a la RTVA (Canal Sur TV) los *Criterios interpretativos sobre regulación del patrocinio televisivo*.

Aprobado por el Pleno el 10 de julio de 2018.
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL
DE ANDALUCÍA.

Fdo.: Emelina Fernández Soriano.

Código:	ZZW2D774FTYHZSFqah74I64j4DZpZb	Fecha	16/07/2018
Firmado Por	MARIA EMELINA FERNANDEZ SORIANO		
Url De Verificación	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	Página	3/3

