

DECISIÓN 14/2020 SOBRE EL INFORME DE SEGUIMIENTO DEL CÓDIGO DE CONDUCTA COMERCIAL DE LA RTVA (2019)

El Consejo Audiovisual de Andalucía tiene encomendada por ley la función de control externo del cumplimiento del Código de Conducta Comercial de la Radio Televisión de Andalucía y de sus sociedades filiales en aquellas materias que resulten de su competencia. Este cometido está establecido en el art. 11.3 de la Ley 18/2007, de 17 de diciembre, que regula la gestión directa para la prestación del servicio público esencial de radio y televisión perteneciente a la Comunidad Autónoma de Andalucía.

De acuerdo a lo dispuesto en dicha Ley, el Código de Conducta regula las normas para la contratación de publicidad y espacios comerciales, para la publicidad institucional y la que no implique contraprestación económica, para las licitaciones públicas, para la gestión comercial de los distintos soportes de los que se valgan la RTVA y sus sociedades filiales, así como para la emisión de publicidad y espacios comerciales, y la fijación de criterios para el establecimiento de tarifas y precios. Esta ley establece asimismo mecanismos internos de control con el propósito de asegurar la calidad y los contenidos de los mensajes publicitarios y comerciales, así como su adecuación del tiempo legal de emisión de publicidad y espacios comerciales.

El Código es aprobado y revisado periódicamente por el Consejo de Administración de la RTVA. Su última versión entró en vigor 7 de mayo de 2020, derogando la anterior del 27 de enero de 2017, que, sin embargo, será a todos los efectos la versión a la que se hará referencia en esta decisión, puesto que era la estaba vigente para la publicidad emitida en 2019.

El Código consta de nueve apartados que, de forma transversal, regulan diferentes aspectos de las comunicaciones, muchos de ellos no relacionados con las competencias que tiene atribuida el Consejo Audiovisual de Andalucía a través de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del CAA y de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual.

Si bien la legislación encomienda a la autoridad reguladora el control externo del Código de Conducta Comercial, no se ha concretado hasta el momento el modo, la periodicidad y los criterios e indicadores que debe emplear el Consejo para realizar dicha función, cuestiones que se concretaron en la decisión 68/2017 por la que se estableció la realización de un informe anual al respecto, cuya primera edición fue la de 2018.

En esta decisión se valoran los resultados del informe técnico de seguimiento de la publicidad emitida por la RTVA en 2019, cuyas conclusiones fueron que:

- La aprobación del Código de Conducta no se realizó de acuerdo a lo previsto en el artículo 12 de la LGCA que exige su comunicación al Consejo Audiovisual de Andalucía para que verifique la conformidad con la normativa vigente y, de no haber contradicciones, disponer su publicación.
- Un código de conducta parte de la base del marco jurídico vigente, de forma que no puede incorporar normas de menor alcance, lo que puntualmente se observaba en el de la RTVA. Se han introducido también normas éticas más restrictivas que las prohibiciones establecidas por la legislación que el CAA no ha podido evaluar al adolecer

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	22/07/2020	PÁGINA 1/3
VERIFICACIÓN	Pk2jmH7VAQEUU8HVUPFTZE38RL6XE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

de falta de concreción. Aunque pueden mencionarse varios ejemplos, el más evidente se encuentra en el artículo 3.3. sobre la imagen de la mujer.

- El Código de Conducta Comercial aprobado en 2017 debía adecuarse al nuevo marco jurídico que regula los contenidos audiovisuales conformado por las leyes 7/2018 y 9/2018 sobre violencia de género y promoción de la igualdad entre hombres y mujeres, así como la Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía, la Ley 4/2017, de 25 de septiembre, de los Derechos y Atención a las Personas con Discapacidad de Andalucía. La ley más importante aprobada desde entonces fue la Ley Audiovisual de Andalucía, que introduce algunas novedades en materia de pantalla dividida, el patrocinio virtual, publicidad interactiva, derecho de las personas con discapacidad, violencia de género, limitaciones a la emisión de comunicaciones comerciales, restricciones a las comunicaciones comerciales audiovisuales, protecciones específicas frente a la publicidad, o regulación de la corregulación y el fomento de la autorregulación en materia de publicidad. La RTVA ha aprobado un nuevo Código de Conducta Comercial en mayo de 2020, cuya vigencia no afecta a las comunicaciones comerciales analizadas en el informe de seguimiento de 2019.
- Se ha analizado en el ejercicio 2019 el 100% de las versiones de anuncios que se han emitido (salvo en telepromociones, emplazamientos de producto, sobreimpresiones y SMS-Llamada *Premium*, en las que se ha analizado una muestra). Incluye tanto las emisiones de Canal Sur como las de Andalucía Televisión.
- El total de anuncios analizados —excluyendo avances de programación, telepromociones, emplazamientos de producto, sobreimpresiones y SMS-Llamada *Premium*— ha sido de 2.103, y el número de emisiones catalogadas 92.762; de ellas, 87.358 han sido *spots*. Las emisiones de ‘Avances de programación han sido 45.788, y el resto de las emisiones se dividen entre el resto de formas de la comunicación comercial emitidas.
- Todas las emisiones analizadas respetan las normas del Código de Conducta Comercial relativa a los ‘Principios generales’. En las normas referidas a ‘Protección de la infancia y adolescencia’, ‘Protección de la salud’, ‘Publicidad de bebidas alcohólicas’ y ‘Normas para determinadas formas y técnicas de publicidad’ sí se han constatado desajustes, pero no en todos los subapartados.
- El número total de anuncios que no respeta alguna norma del Código de Conducta Comercial es de 243, lo que supone un 11,55% del total de anuncios analizados, y un 6,64% de las emisiones. Su distribución por apartados es “Protección de la infancia y la adolescencia” (1), “Protección de la Salud” (10), la “Publicidad de bebidas alcohólicas” (5), la “Televenta” (184), el “Patrocinio” (20), y “Otros” (68). Además, 59 telepromociones, emplazamientos de productos, sobreimpresiones y SMS-Llamada *Premium* tampoco respetan todas las normas del Código.
- Respecto a los anuncios de televenta, se han encontrado irregularidades respecto a lo establecido sobre ellas en el Código de Conducta en 184 de las 193 analizadas al no respetarse las normas que regulan la transparencia y que obligan a mencionar el precio

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	22/07/2020	PÁGINA 2/3
VERIFICACIÓN	Pk2jmH7VAQQEUU8HVUPFTZE38RL6XE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

al contado o a plazos y sus condiciones económicas, las condiciones de envío a domicilio y las condiciones de garantía y devolución.

- Las autopromociones televisivas emitidas por la RTVA deben ajustarse al límite de dos minutos por hora de reloj establecidos.

Por cuanto antecede, a propuesta de la Comisión de Contenidos celebrada el día 7 de julio de 2020, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, de conformidad con lo establecido en los apartados 17 y 24 del artículo 4 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, en su reunión de 21 de julio de 2020, y previa deliberación de sus miembros acuerda por UNANIMIDAD las siguientes DECISIONES:

PRIMERA: El Consejo Audiovisual de Andalucía insta a la RTVA a que la aprobación del Código de Conducta Comercial se realice de acuerdo a lo previsto en el artículo 12 de la LGCA que exige su comunicación a este órgano para que verifique la conformidad con la normativa vigente y, de no haber contradicciones, disponer su publicación.

SEGUNDA: El Consejo Audiovisual de Andalucía constata un alto grado de cumplimiento en la publicidad convencional emitida por la RTVA, que se ajusta en un 88% de los anuncios —en un 94% si atenemos al número de emisiones de los mismos— a lo establecido por su Código de Conducta Comercial, aunque esto supone un retroceso de 2 puntos respecto al 90% de 2018, por lo que se insta al prestador a aumentar la vigilancia a este respecto para poderse acercar más a un cumplimiento completo.

TERCERA: El Consejo Audiovisual de Andalucía constata que el 95% de los anuncios de teletienda emitidos por la RTVA no respeta alguna de las normas que regulan la transparencia y que obligan a mencionar el precio al contado o a plazos y sus condiciones económicas, las condiciones de envío a domicilio, o las condiciones de garantía y devolución, por lo que insta a la RTVA a tomar medidas para corregir esta situación.

CUARTA: La RTVA debe respetar el límite de dos minutos por hora de autopromociones establecido en el Código de Conducta Comercial.

QUINTA: Remitir esta decisión y el *Informe de seguimiento del Código de Conducta Comercial 2019* a la RTVA.

En Sevilla, a 21 de julio de 2020.

EL PRESIDENTE DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Fdo: Antonio Checa Godoy

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	22/07/2020	PÁGINA 3/3
VERIFICACIÓN	Pk2jmH7VAQQEuu8HVUPFTZE38RL6XE	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	