

## **DECISIÓN 16/2021 SOBRE EL INFORME DE SEGUIMIENTO DEL CÓDIGO DE CONDUCTA COMERCIAL DE LA RTVA (2020)**

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 al 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 versión actual entró en vigor 7 de mayo de 2020, derogando la anterior del 27 de enero de 2017, que, sin embargo, también será tenida en cuenta en esta decisión, puesto que estuvo vigente hasta el 6 de mayo de 2020.

La agencia pública empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) comunicó al Consejo Audiovisual de Andalucía la aprobación del Código de Conducta Comercial aprobado en mayo de 2020 para que verificase su conformidad con la normativa vigente. En el marco de esta comunicación, el Consejo Audiovisual de Andalucía aprobó un informe – por unanimidad del Pleno en su reunión de 17 de noviembre de 2020 – en el que se concluía que el Código de Conducta Comercial garantizaba “en general, los mínimos establecidos por el Derecho positivo y, por extensión, más proteccionista para personas usuarias, especialmente en lo que respecta a la regulación de la publicidad dirigida a menores”. No obstante, respecto del CCC2017 hay que señalar que el trámite de comunicación no se llevó a cabo.

El Código consta de siete apartados que, de forma transversal, regulan diferentes aspectos de las comunicaciones comerciales, muchos de ellos no relacionados con las competencias que las leyes 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía y 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual atribuyen al Consejo Audiovisual de Andalucía.

La legislación encomienda a la autoridad reguladora el control externo del Código de Conducta Comercial, pero no concreta el modo, la periodicidad y los criterios e indicadores que debe emplear el Consejo para realizar dicha función. Estas cuestiones se especificaron en la decisión 68/2017 por la que se estableció la realización de un informe anual al respecto. El primer informe se realizó en 2019 respecto de las emisiones del año 2018.

En esta decisión se valoran los resultados del informe técnico de seguimiento de la publicidad emitida por la RTVA en 2020, cuyas conclusiones han sido que:

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	09/12/2021	PÁGINA 1/3
VERIFICACIÓN	Pk2jmKRXGSBEMBBWWWVVM54MMENCN2	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	

- Se han analizado en el ejercicio 2020 todos los anuncios que se han emitido en los bloques publicitarios. De las comunicaciones comerciales emitidas en el interior de los programas (telepromociones, emplazamientos de producto, sobreimpresiones, publicidad virtual y reloj/marcador) se ha analizado una muestra. El análisis está referido tanto a las emisiones de Canal Sur como las de Andalucía Televisión.
- El total de anuncios distintos registrados en los bloques publicitarios analizados ha sido de 1.690 y el número de emisiones catalogadas 86.153; de ellas, 80.662 han sido *spots*. El resto han sido anuncios de televenta, patrocinio, publirreportaje, *morphing* y otros. Las emisiones de 'Avances de programación han sido 28.325, y el resto de las emisiones hasta 117.370 se corresponden con publicidad emitida dentro de los programas.
- 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 emitidos en los bloques publicitarios que no respeta alguna norma es de 114, lo que supone un 6,75% del total de anuncios analizados, y un 5,25% de las emisiones. Su distribución por apartados es "Protección de la infancia y la adolescencia" (2), "Protección de la Salud" (8), la "Publicidad de bebidas alcohólicas" (9), la "Televenta" (65), el "Patrocinio" (2), "Textos escritos" (21) y "Otros" (10). Además, 37 telepromociones, 14 sobreimpresiones, 7 comunicaciones comerciales de tipo reloj/marcador y un emplazamiento tampoco se ajustan a las normas.
- 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 17 de noviembre de 2021, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, de conformidad con lo establecido en los apartados 13 y 24 del artículo 4 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, en su reunión de 9 de diciembre de 2021, y previa deliberación de sus miembros acuerda por UNANIMIDAD las siguientes DECISIONES:

**PRIMERA:** El Consejo Audiovisual de Andalucía constata un alto grado de cumplimiento en la publicidad convencional emitida por la RTVA, que se ajusta en un 93% de los anuncios –en un 95% si nos atenemos al número de emisiones de los mismos– a lo establecido por su Código de Conducta Comercial. Esto supone un avance de 5 puntos respecto al 88% de 2019; no obstante, se insta a que el prestador no baje la guardia y, en la medida de lo posible, aumente la vigilancia a este respecto para poder acercarse más a un cumplimiento completo.

**SEGUNDA:** El Consejo Audiovisual de Andalucía constata que el 74% de los anuncios de televenta 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, aunque son datos que mejoran los de 2019, insta a la RTVA a tomar medidas para corregir esta situación.

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	09/12/2021	PÁGINA 2/3
VERIFICACIÓN	Pk2jmKRXGSBEMBBWWWVVM54MMENCN2	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	



**TERCERA:** La RTVA debe respetar el límite de dos minutos por hora de autopromociones establecido en el Código de Conducta Comercial. Asimismo, debe ajustarse a los 8 minutos por hora de reloj de emisión de publicidad en horario de protección reforzada.

**CUARTA:** El CAA recuerda al prestador del Servicio Público de Comunicación Audiovisual la obligatoriedad de solicitar de la autoridad regulatoria el informe preceptivo sobre la no consideración como mensaje publicitario de las comunicaciones comerciales de servicio público o carácter benéfico, de acuerdo con la disposición adicional séptima de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, general de la comunicación audiovisual. Se ha detectado que en algunas horas hay un exceso de tiempo dedicado a la publicidad, si bien es cierto que coincide con la emisión de programas especiales dedicados a UNICEF o a 'Ayuda en Acción'. Se trata de programas en los que se emiten constantemente mensajes publicitarios de carácter benéfico que podrían no tener la consideración de publicidad a los efectos del cómputo.

**QUINTA:** Remitir esta decisión y el Informe de seguimiento del Código de Conducta Comercial 2020 a la RTVA, así como a los grupos parlamentarios del Parlamento de Andalucía y a los diputados no adscritos.

En Sevilla, a 9 de diciembre de 2021

EL PRESIDENTE DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Fdo: Antonio Checa Godoy

FIRMADO POR	ANTONIO CHECA GODOY	09/12/2021	PÁGINA 3/3
VERIFICACIÓN	Pk2jmKRXGSBEMBBWWWVVM54MMENCN2	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma</a>	