

Decisión 05/2015 del Consejo Audiovisual de Andalucía por la que se advierte al prestador privado PTV Málaga de la emisión de comunicaciones comerciales de vinos en horario no permitido susceptibles de inducir al público a error en cuanto a su naturaleza publicitaria.

1. El Consejo Audiovisual de Andalucía ha detectado, a través de su sistema de seguimiento de medios, la emisión de un espacio en el que se realiza publicidad encubierta de vinos por parte del prestador de televisión local PTV Málaga (Procono, S.A.) Dicha emisión, dada la forma en la que se presenta, 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. El Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía ya requirió al citado prestador, mediante la Decisión 50/2014, de 4 de junio de 2014, el cese de inserciones publicitarias de vinos en horario no permitido que contravenían lo dispuesto por el artículo 18.3 d) de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (LGCA), que prohíbe en todo caso la *comunicación comercial televisiva de bebidas alcohólicas con un nivel inferior a veinte grados cuando se emita fuera de la franja de tiempo entre las 20,30 horas y las 6 horas del día siguiente (...)*. La mencionada decisión fue recibida por el prestador el día 11 de junio.

3. En esta ocasión, la emisión se produce el día 13 de diciembre de 2014, dentro del programa *La guía del ocio*. Durante el magacín, la presentadora recomienda un itinerario gastronómico (*Ruta de besos*) que es iniciativa de la bodega *Grandes vinos y viñedos*, animando al público a que deguste su marca *Beso de vino*. De 17:57:30 a 18:13:00 se emite un reportaje sobre la mencionada ruta gastronómica, en el que se visitan algunos establecimientos hosteleros que forman parte de la misma. Tanto la presentadora como los propietarios promocionan el vino mencionado de manera explícita, con comentarios como *animar a todo el mundo a que brinde con 'Beso de vino'; es un vino muy redondito, que se tapea muy bien con él o pueden pasar por aquí y degustar ese maravilloso vino 'Beso de vino'*. La marca comercial se menciona varias veces a lo largo de la pieza, y se insertan primeros planos de la botella de vino.

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 de una marca comercial de vino en un horario no permitido.

3. 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,*



Código Seguro De Verificación:	Zuy4Wsrwlk4itcZcDhg6BQ==	Fecha	13/02/2015		
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano				
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Zuy4Wsrwlk4itcZcDhg6BQ==	Página	1/3		

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 reportaje, 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 3 de febrero de 2015, 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 11 de febrero de 2014, y previa deliberación de sus miembros acuerda por UNANIMIDAD las siguientes

DECISIONES

PRIMERA.- Advertir a Procono, S.A. (PTV Málaga) 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 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 las analizadas.



Código Seguro De Verificación:	Zuy4Wsrwlk4itcZcDhg6BQ==	Fecha	13/02/2015		
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano				
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Zuy4Wsrwlk4itcZcDhg6BQ==	Página	2/3		

SEGUNDA.- Advertir nuevamente a Procono, S.A. (PTV Málaga) 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 a Procono, S.A. (PTV Málaga).

En Sevilla, a 11 de febrero de 2015.
LA PRESIDENTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL
DE ANDALUCÍA.

Fdo: Emelina Fernández Soriano.



Código Seguro De Verificación:	Zuy4Wsrwlk4itcZcDhg6BQ==	Fecha	13/02/2015
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
Firmado Por	Maria Emelina Fernandez Soriano		
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/Zuy4Wsrwlk4itcZcDhg6BQ==	Página	3/3

