

VOTO PARTICULAR DE CARMEN F. MORILLO, EUGENIO COSGAYA, EDUARDO CASTRO Y M^a LUISA PÉREZ A LA DECISIÓN POR LA QUE SE ADVIERTE AL PRESTADOR ANTAQUIRA TELEVISIÓN DIGITAL DE LA PRESENCIA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN COMUNICACIONES COMERCIALES

El acuerdo del Pleno no se ha aprobado por unanimidad al entender dos de sus miembros que debería haberse procedido a la apertura de un expediente sancionador por vulneración del artículo 18.3 c) de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en consonancia con la medida adoptada en octubre de 2014 sobre el prestador Onda Cádiz TV.

El propósito de este voto es explicar las razones que justifican la realización de una advertencia en lugar de proceder a la incoación de un expediente sancionador para despejar cualquier duda sobre el rigor en las actuaciones del Consejo:

1.- El objeto de la advertencia es un patrocinio en la sección de Agenda Cultural de un programa de entretenimiento, en el que se publicita la fiesta que celebrará un establecimiento de bebidas, fiesta que a su vez patrocina la marca Licor 43. Durante unos segundos, mientras se realiza el mensaje de patrocinio en el que no hay alusión alguna a bebidas alcohólicas, aparece en pantalla un cartel que, además de la marca del local y los datos de la fiesta, incluye la marca Licor 43.

2.- La Comisión de Contenidos y Publicidad del Consejo ha estudiado detenidamente este supuesto, con el asesoramiento de los servicios técnicos del Consejo concluyendo que la comunicación comercial no reúne los requisitos que exigiría un procedimiento sancionador de acuerdo a lo dispuesto en la citada Ley porque se trata de una publicidad ambigua, en la que la referencia a la marca Licor 43 aparece sólo unos segundos y, en ningún momento, se ensalzan las bondades de la bebida ni se incita a su consumo.

Aún así, se ha procedido a realizar la advertencia teniendo en cuenta el horario de emisión del patrocinio: las 12:54, que coincide con la franja televisiva de protección de menores.

3.- La diferencia con el supuesto de Onda Cádiz TV que se ha traído a colación en el Pleno es palmaria: En este caso, se produce una telepromoción de dos marcas de ginebra durante dos minutos y 20 segundos, con exhibición en todo momento de las botellas, recurriendo a primeros planos e incluso a doble pantalla, al tiempo que se ensalzan las bondades del producto y se incita a su consumo. El formato empleado para promocionar las bebidas persigue precisamente un mayor impacto publicitario.

Este mensaje publicitario incluido en la retransmisión de un concurso carnavalesco se redifundió al día siguiente, en horario de protección de menores.




Código Seguro De Verificación:	y586cXDnJiv/Av8/X7VIiw==	Fecha	29/01/2015
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.		
Firmado Por	Eduardo Castro Maldonado		
	Eugenio Cosgaya Herrero		
	Maria Luisa Perez Perez		
	Maria Del Carmen Fernandez Morillo		
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/y586cXDnJiv/Av8/X7VIiw==	Página	1/2



4.- En consonancia con la normativa nacional y europea, la actuación del Consejo frente a las diferentes comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas detectadas hasta ahora ha estado orientada por los criterios de protección de los consumidores, incoando expedientes sancionadores frente a la promoción comercial de productos prohibidos por ser perjudiciales para la salud; requerir el cese de las comunicaciones comerciales de productos cuya difusión está limitada a franjas horarias concretas y advertir a los prestadores del servicio sobre aquellos programas donde no existe una clara división entre los contenidos audiovisuales y la publicidad o, como es el caso, se puede generar confusión a la audiencia.

Resulta también sorprendente que consejeros que han votado contra la apertura de expediente sancionador a Onda Cádiz TV al considerar que no existen fundamentos jurídicos para imponer una multa por la telepromoción e incitación al consumo de marcas de ginebras de más de 30 grados de graduación reclamen en este caso la incoación de dicho procedimiento, en contra del criterio de los servicios técnicos del Consejo.



Código Seguro De Verificación:	y586cXDnJiv/Av8/X7VIiw==	Fecha	29/01/2015		
Normativa	Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.				
Firmado Por	Eduardo Castro Maldonado				
	Eugenio Cosgaya Herrero				
	Maria Luisa Perez Perez				
	Maria Del Carmen Fernandez Morillo				
Url De Verificación	https://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/verifirma/code/y586cXDnJiv/Av8/X7VIiw==	Página	2/2		