

**ACORD 63/2020, de 8 de juliol, del Ple
del Consell de l'Audiovisual de Catalunya**

**Sobre l'anàlisi de la presència de la mascareta "MaskCat" al programa
Preguntes freqüents, emès per TV3 el 2 de maig de 2020**

Fets

1r. El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) d'acord amb les competències d'inspecció i de control de la prestació de serveis de comunicació audiovisual que té assignades mitjançant els articles 127 i 128 de la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya (en endavant, LCA), va iniciar d'ofici l'anàlisi del contingut de la presència de la mascareta "MaskCat" en el decurs de l'entrevista realitzada al senyor Joan Canadell, president de la Cambra de Comerç de Barcelona, al programa *Preguntes freqüents (FAQS)* de TV3 del 2 de maig de 2020, per tal de determinar-ne un eventual propòsit publicitari.

2r. Mitjançant l'Informe 89/2020, de 25 de maig, de l'Àrea de Continguts, relatiu a l'anàlisi de la presència de la mascareta "MaskCat" al programa *Preguntes freqüents*, el Consell va procedir a analitzar el tractament informatiu d'aquesta emissió.

L'informe esmentat descriu el *FAQS* com "[...] un magazín produït per TVC en col·laboració amb El Terrat, presentat per la periodista Cristina Puig. L'espai s'emet en directe els dissabtes a les 21.55 hores i té una durada aproximada de 3 hores i 30 minuts. *Preguntes freqüents* s'estructura en diverses seccions que giren majoritàriament entorn de l'actualitat política. [...]"; tot seguit, en relació amb el context de l'emissió, indica que «[...] l'entrevista a Joan Canadell té una durada aproximada de 23 minuts i gira entorn de les propostes de les cambres de comerç de Catalunya per pal·liar la crisi econòmica derivada de la pandèmia de la COVID-19. Durant 5 minuts (el 23,5% del total de l'entrevista) es parla de la mascareta "MaskCat".

Els promotors de la "MaskCat" són les cambres de comerç de Catalunya, que, d'acord amb la legislació, són unes corporacions de dret públic que tenen com a funció, entre d'altres, "dur a terme totes aquelles activitats i actuacions que, d'alguna manera, contribueixen a la defensa, el foment o el desenvolupament del comerç".¹

La presentació de la "MaskCat", per tant, s'entén com una acció de les cambres de comerç en el marc de les seves funcions. [...]

¹ Apartat 1.t de l'article 11 de la Llei 14/2002, de 27 de juny, de les cambres oficials de comerç, indústria i navegació de Catalunya i del Consell General de les Cambres.

Fonaments de jurídics

Primer. El caràcter publicitari dels anuncis: el principi d'autenticitat en la comunicació comercial

L'apartat 24 de l'article 2 de la Llei 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual (LGCA), defineix la comunicació comercial audiovisual com "Las imágenes o sonidos destinados a promocionar, de manera directa o indirecta, los bienes, servicios o imagen de una persona física o jurídica dedicada a una actividad económica. Estas imágenes o sonidos acompañan a un programa o se incluyen en él a cambio de una contraprestación a favor del prestador del servicio. [...]".

La LGCA estableix els paràmetres jurídics perquè la publicitat sigui perfectament identificable; així, l'apartat 1 del seu article 13 indica que "[...] la publicidad televisiva y la televenta deberán ser fácilmente identificables como tales y distinguirse del contenido editorial [...]" i, més concretament, l'article 14 indica que "[...] tanto los mensajes publicitarios en televisión como la televenta deben estar claramente diferenciados de los programas [...]" (apartat 2); i també, que "[...] en la emisión de publirreportajes, telepromociones y, en general, de aquellas formas de publicidad distintas de los anuncios televisivos que, por las características de su emisión, podrían confundir al espectador sobre su carácter publicitario, deberá superponerse, permanentemente y de forma claramente legible, una transparencia con la indicación publicidad [...]". En els mateixos termes s'expressa l'article 11 del Reial decret 1624/2011, de 14 de novembre, pel qual s'aprova el Reglament de desenvolupament de la LGCA, relatiu a la identificació de les telepromocions.

En aquest sentit, també, s'observa la necessitat d'esmentar, tant el que indica l'article 9 de la Llei 34/1988, de 11 de novembre, general de publicitat (LGP) –que exigeix als mitjans que deslliguin de manera clara informació i publicitat, i als anunciants, que revelin el caràcter publicitari dels seus anuncis–, com l'article 26 de la Llei 3/1991, de 10 de gener, de competència deslleial (LCD) –que prohibeix atorgar a la publicitat l'aparença de comunicació informativa.

Sobre la base d'aquesta normativa, la jurisprudència ha anat precisant, mitjançant el principi d'autenticitat, que el missatge comercial no es pot confondre amb un mitjà informatiu; d'aquesta manera, la STS 18 de novembre de 2011 exposa que no es pot "[...] burlar el derecho del público a que tal tipo de actividad sea identificable como tal, por exigirlo el respeto al llamado principio de autenticidad [...]" El principi d'autenticitat, doncs, té per finalitat proscriure les pràctiques publicitàries que poguessin generar confusió en la persona consumidora sobre el caràcter publicitari de la comunicació; és per això que es rebel·la com a necessari analitzar el context en què es produeix el missatge en qüestió per qualificar-lo com a publicitat o no.

Segon. Anàlisi de l'aparició de la mascareta "MaskCat" al programa *Preguntes freqüents* emès per TV3 el 2 de maig de 2020

L'informe de l'Àrea de Continguts analitza la presentació de la mascareta "MaskCat" durant l'entrevista a Joan Canadell, president de la Cambra de Comerç de Barcelona des d'un triple vessant:

a) Pel que fa al contingut: "[...]"

- Joan Canadell descriu les característiques de la "MaskCat" i en destaca els trets positius i els beneficis que comporta utilitzar-la:

"[...] és un producte català, 100% dissenyat a Catalunya i que es pot fabricar 100% a Catalunya."

"Quina és la gràcia d'aquesta màscara? Primer, que és integral. És a dir, protegeix les tres parts a les quals et pots contagiar [...]. La màscara que la majoria de la gent porta només protegeix dues de les tres parts""

"És una màscara que té molta visibilitat. Quan ho portes és com un casc de moto però molt més còmode"

"I la veritat és que quan la portes mitja horeta sembla que no portis res. És a dir, ja t'hi acostumes"

- L'entrevistat destaca el caràcter de "prototip" de la mascareta:

"Sí, això són prototips, però la definitiva serà molt semblant a aquesta."

- Canadell informa que les cambres de comerç de Catalunya no són les fabricants ni seran les comercialitzadores de la mascareta i que la posaran a disposició de fabricants i distribuïdors no especificats.

"Això ho hem fet a nivell de les cambres de Catalunya, el Consell de Cambres de Catalunya, però ho posem a disposició de fabricants i de distribuïdors de material d'EPI per poder-ho vendre al mercat."

- Canadell no proporciona dades de contacte per a la seva futura adquisició. [...]"

b) Pel que fa a la imatge: "[...] la mascareta "MaskCat" es mostra en pantalla en diversos tipus de plans, oberts i tancats. Així, durant l'entrevista n'apareixen tant en pla mig –al costat de Joan Canadell– com en primer pla. [...]" i

- c) Quant al rol que desenvolupa la conductora de l'entrevista, aquesta persona "[...] formula preguntes al convidat i no realitza un discurs complaent amb la mascareta. En relació amb aquest producte, intervé per recordar que no són d'ús sanitari ("...aquestes màscares, que com vostè molt bé ha dit, no són per

a ús sanitari”) i en relació amb la comercialització, per preguntar on es poden adquirir (“...I on es troben aquestes màscares? Es venen?”) [...]”.

Així, doncs, l’informe de referència determina el següent:

- a) “[...] atès el tractament, a nivell de continguts i visual, la presentació del prototip d’una mascareta que realitza Joan Canadell, com a president de la Cambra de Comerç de Barcelona, no promou, de manera directa o indirecta, els béns d’una persona física o jurídica dedicada a una activitat econòmica, elements que defineixen la comunicació comercial segons la legislació. [...]”; i
- b) “[...] la realització i presentació d’aquest prototip respon a una de les funcions pròpies de les cambres de comerç, una entitat de dret públic sense activitat econòmica pròpia: la defensa del teixit econòmic de Catalunya en un moment de crisi econòmica arran de la pandèmia de la COVID-19. [...]”

És per això que l’Àrea de Continguts conclou que «[...] la presentació de la mascareta “MaskCat” en el decurs de l’entrevista a Joan Canadell **no té propòsit publicitari**, atès que no proporciona dades de comercialització i no promou, de manera directa o indirecta, els béns d’una persona física o jurídica dedicada a una activitat econòmica, en la mesura que les cambres, com a entitat, no tenen activitat econòmica pròpia. [...]»

En el marc dels pronunciaments del Tribunal Europeu de Drets Humans (TEDH), mitjançant la Sentència 37928/97, de 17 d’octubre de 2002 –assumpte Stambuk c. Alemanya– s’ha tractat un supòsit similar, en el qual van confluïr elements de caràcter informatiu amb un eventual propòsit publicitari. El Tribunal va resoldre entenent que si el contingut facilita una informació al públic sobre una qüestió que pot tenir un interès general (en el cas que analitzava, la utilització del làser com a tècnica quirúrgica per part d’un metge oftalmòleg), el propòsit comercial cedeix davant l’activitat informativa.

En síntesi, d’acord amb els preceptes jurídics i jurisprudencials exposats en el fonament jurídic primer d’aquest acord, la presència de la mascareta “MaskCat” en el programa *FAQS* emès el 2 de maig se situa fora del context descrit relatiu al caràcter publicitari dels anuncis, atès que es tracta d’un contingut eminentment informatiu, als efectes de donar a conèixer un mètode profilàctic que té com a finalitat evitar el contagi de la COVID-19 entre la població, sense que, en cap moment, s’inciti a comprar-la.

Per tot el que s’ha exposat, el Ple del Consell de l’Audiovisual de Catalunya adopta, per 2 vots a favor, 2 vots en contra amb vot particular i el vot de qualitat del president, el següent

ACORD

1. Constatar que de l’anàlisi de continguts realitzada el 25 de maig sobre el programa *Preguntes freqüents (FAQS)* de TV3 emès el 2 de maig de 2020, en el decurs d’una entrevista realitzada al senyor Joan Canadell, president de la

Cambra de Comerç de Barcelona, no se'n desprèn un propòsit publicitari en la presència de la mascareta "MaskCat".

2. Notificar aquest acord al prestador de serveis de comunicació audiovisual CCMA.

Barcelona, 8 de juliol de 2020

Roger Loppacher i Crehuet
President

Daniel Sirera Bellés
Conseller secretari