

16 de setembre de 2020

NOTA DE PREMSA

El CAC denuncia vídeos de TikTok, amb 30 milions de visualitzacions, perquè difonen publicitat encoberta

- El CAC insta la plataforma a adoptar les mesures necessàries per identificar clarament els continguts publicitaris, tal com estableix la Directiva de serveis de comunicació audiovisual en matèria de publicitat
- El CAC ha analitzat vídeos de 8 *tiktokers*, tots amb audiències milionàries, i ha constatat que el 93% dels continguts fan publicitat encoberta de menjar ràpid, begudes ensucrades, productes de bellesa, roba, consoles i videojocs

El president del CAC, Roger Loppacher, alerta que els infants i adolescents, principals usuaris de la plataforma, poden estar exposats a un gran nombre de publicitat sense ser-ne conscients

- El 41% dels usuaris de TikTok té entre 16 i 24 anys, per bé que hi ha un nombre molt elevat de menors de 16 anys que sovint utilitzen els dispositius dels seus pares o germans grans per connectar-s'hi
- El programa EduCAC ofereix a les escoles recursos i formació sobre com identificar la publicitat encoberta

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ha denunciat a la plataforma d'intercanvi de vídeos TikTok diversos vídeos que inclouen publicitat encoberta dirigida a infants i adolescents. El CAC ha instat TikTok a adoptar les mesures necessàries per tal que s'identifiqui de manera clara l'existència de publicitat quan els creadors dels vídeos inclouen missatges comercials en els seus continguts, tal com preveu la Directiva de serveis de comunicació audiovisual,

El CAC ha analitzat 16 vídeos amb un total de 30,6 milions de visualitzacions de 8 *influencers* joves o adolescents (que sumen 43,4 milions de seguidors i més de 1.600 milions d'interaccions positives) i ha constatat que el 93,8% dels

continguts promocionen, de manera encoberta, productes propis de la franja d'edat més jove, com ara menjar ràpid, begudes ensucrades, productes de bellesa, roba, consoles i videojocs.

Els *influencers* que creen els vídeos, anomenats *tiktokers* en aquesta xarxa social, inclouen els missatges comercials dins del relat del vídeo musical mateix, sense advertir el públic que en realitat es tracta de publicitat.

En concret, l'informe del CAC ha constatat que els *tiktokers* acostumen a mostrar i a fer ús del producte, i inclouen en els seus vídeos reclams de compra (dades que permeten adquirir el producte, l'ofertiment de regals o descomptes i la inclusió de missatges explícits que insten a la compra) i fan un discurs complaent envers el producte, servei o marca promocionat.



El CAC ha notificat a TikTok que la nova Directiva de serveis de comunicació audiovisual —aprovada per la Unió Europea— estableix que les comunicacions comercials han de ser fàcilment recognoscibles com a tals i que està prohibida la publicitat encoberta.

El Consell també ha assenyalat a TikTok que els vídeos denunciats vulneren les normes pròpies de la companyia, que prohibeixen utilitzar la plataforma amb un propòsit comercial sense que la companyia ho autoritzi.

Així mateix, el CAC ha posat l'informe en qüestió en coneixement de l'Agència Catalana del Consum.

El president del CAC, **Roger Loppacher**, ha afirmat que “les dades de l'informe sobre TikTok són particularment preocupants perquè mostren l'existència d'*influencers* amb milions de seguidors que gaudeixen d'una credibilitat molt elevada entre el públic infantil i juvenil i que es dediquen a incloure publicitat de manera encoberta. És molt difícil que els destinataris, bàsicament nens i nenes i adolescents, siguin totalment conscients del caràcter comercial dels vídeos que miren, de manera que es produeix una situació de desprotecció”.

TikTok és una de les xarxes socials més populars entre el públic adolescent. Compta amb 800 milions d'usuaris al món i, segons Globalwebindex, el 41% tenen entre 16 i 24 anys. Tot i això, segons el Programa Desconnect@, també hi ha un nombre molt elevat de menors de 16 anys que sovint utilitzen els dispositius electrònics dels seus pares o els seus germans grans per connectar-se a la xarxa.

“Apel·lem a la responsabilitat dels creadors dels vídeos i també de les empreses que els contracten perquè siguin transparents i informin els usuaris del caràcter publicitari dels missatges. També instem la xarxa social a extreure la cura per identificar aquells continguts que no s'adeqüen a la nova Directiva, a la legislació vigent de societat de la informació i de protecció del consumidor, així com als termes d'ús de la companyia mateixa”, ha dit Roger Loppacher.

El president del CAC ha afegit: “A més, es produeix una desigualtat competitiva amb els mitjans tradicionals, que sí que compleixen la legislació en matèria de publicitat”.

El programa d'educació mediàtica del Consell, EduCAC, ofereix a les escoles, a través de la unitat didàctica “Això també és publicitat”, recursos i formació sobre com identificar la publicitat encoberta en els continguts audiovisuals i en els vídeos dels *influencers*.

El format publicitari *Hashtag Challenge*

L'anàlisi mostra com la quarta part dels exemples analitzats correspon als anomenats *Hashtag Challenges*, un format publicitari en què es genera un vídeo on es realitza una acció determinada i es repta a replicar-la a la resta de

persones usuàries. Tot i això, els vídeos no informen ni estan senyalitzats com a contingut publicitari.

¡Prueba los Danet Shake y dedica un temazo! Únete a #DanetShakeChallenge dando un shake a tu cuerpo. Yo he hecho 6, ¿cuántos puedes hacer tú?
(Vídeo amb 974.300 visualitzacions)

Aquesta tipologia de format publicitari genera un alt grau de viralització dels continguts dins de la plataforma. A tall d'exemple, la cerca d'un dels *hashtags* esmentats (#Trolls2Challenge) a l'aplicació dona com a resultat un seguit de vídeos que sumen més de 170 milions de visualitzacions. Entre els continguts es poden trobar tant els de les *tiktokers* que han participat en la campanya publicitària com els de les persones usuàries anònimes que han respost a la convocatòria.

Presència de publicitat en el contingut dels vídeos generats per *tiktokers*

Més informació: **Comunicació del CAC** • C/ dels Vergós, 36-42 • 08017 Barcelona
Tel.: 935 575 000 i 627 480 483 • **Fax:** 935 575 003
Adreça electrònica: comunicacio.cac@gencat.cat
Web: www.cac.cat