

**ACUERDO 87/2021, de 24 de noviembre, del Pleno del
Consejo del Audiovisual de Cataluña**

**Acuerdo sobre la normativa aplicable al emplazamiento de producto en los servicios
de comunicación audiovisual de televisión a petición**

En la Ley 7/2010, de 31 de marzo, general de la comunicación audiovisual (LGCA), se define a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual como “La persona física o jurídica que tiene el control efectivo, esto es, la dirección editorial, sobre la selección de los programas y contenidos y su organización en un canal o en un catálogo de programas. [...]” (artículo 2.1).

El servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición es una modalidad de servicio de comunicación audiovisual que se presta para el visionado de programas y contenidos en el momento elegido por la persona espectadora y a petición propia en base a un catálogo de programas seleccionado por el prestador del servicio de comunicación audiovisual (artículo 2.2.b).

De conformidad con la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña (LCA), el servicio de comunicación audiovisual es el “[...] consistente en la puesta a disposición del público en general o de una categoría del público de servicios de radio o de televisión, sean cuales sean la forma de emisión y la tecnología utilizadas. Son también servicios de comunicación audiovisuales los servicios consistentes de forma predominante en la puesta a disposición del público en general o de una categoría del público de contenidos audiovisuales organizados de forma no secuencial.” (artículo 1.d).

De conformidad con la LGCA, el conjunto del marco normativo básico previsto para las diferentes modalidades de comunicación comercial será de aplicación también a los contenidos no secuenciales, en línea con lo dispuesto en la Directiva 2010/13/UE, de 10 de marzo, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual), aunque ésta establece una reglamentación más liviana para los servicios a petición, que únicamente deben observar las normas básicas contenidas en dicha Directiva, de acuerdo con su considerando 58.

La sección 2ª de la propia LGCA, de carácter básico, reconoce a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual, entendidos en los términos descritos en los párrafos anteriores, el derecho a realizar comunicaciones comerciales.

En el artículo 2.24 de la ley estatal se establece que el mensaje publicitario televisivo o radiofónico, el patrocinio, la televenta y el emplazamiento de producto son formas de comunicación comercial audiovisual.

El emplazamiento de producto está definido como “Toda forma de comunicación comercial audiovisual consistente en incluir, mostrar o referirse a un producto, servicio o marca comercial de manera que figure en un programa” (artículo 2.31 de la LGCA).

En el artículo 17 de la LGCA se regulan las condiciones que se cumplirán para el emplazamiento de productos en los contenidos emitidos en los servicios de comunicación audiovisual:

“1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a realizar a cambio de contraprestación emplazamiento de productos en largometrajes, cortometrajes, documentales, películas y series de televisión, programas deportivos y programas de entretenimiento.

En los casos en que no se produzca pago alguno, sino únicamente el suministro gratuito de determinados bienes o servicios, tales como ayudas materiales a la producción o premios, con miras a su inclusión en un programa, únicamente constituirá emplazamiento de producto y por tanto estará permitido, siempre que estos bienes o servicios tengan un valor significativo.

2. Cuando el programa haya sido producido o encargado por el prestador del servicio o una de sus filiales, el público debe ser claramente informado del emplazamiento del producto al principio y al final del programa, y cuando se reanude tras una pausa publicitaria.

3. El emplazamiento no puede condicionar la responsabilidad ni la independencia editorial del prestador del servicio de comunicación audiovisual. Tampoco puede incitar directamente la compra o arrendamientos de bienes o servicios, realizar promociones concretas de éstos o dar prominencia indebida al producto.

4. Queda prohibido el emplazamiento de producto en la programación infantil.”

En el artículo 94 (LCA), se prevé la publicidad y la televenta encubiertas, y se establece, entre otros aspectos, la obligación de advertir, al inicio del programa, de la inclusión de publicidad encubierta y de la prominencia indebida como elemento para que ésta sea considerada prohibida. Pese a que ambas presentan características similares con el emplazamiento de producto, aunque con diferencias terminológicas, a partir de la entrada en vigor de la LGCA este precepto se interpretará en los términos recogidos en la ley estatal, de carácter básico.

La Directiva (UE) 2018/1808, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de noviembre de 2018, de modificación de la Directiva 2010/13/UE, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los estados miembros relativas a la prestación de servicio de comunicación audiovisual, dada la evolución de las realidades del mercado (Directiva (UE) 2018/1808), todavía no traspuesta a nuestro ordenamiento jurídico, define el emplazamiento de producto como “toda forma de comunicación comercial audiovisual consistente en incluir o referirse a un producto, servicio o marca comercial de manera que figure en un programa o en un vídeo generado por usuarios, a cambio de una remuneración o contraprestación similar”.

Se autoriza este emplazamiento a todos los servicios de comunicación audiovisual y también a las plataformas de intercambio de vídeos, excepto en los programas de noticias y de actualidad, los programas de asuntos de la persona consumidora, los programas religiosos y los programas infantiles. De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 11.3 de la Directiva, los programas que contengan emplazamiento de producto no podrán influir, bajo ninguna circunstancia, en el contenido ni en la organización de su horario de programación (en el caso de la radiodifusión televisiva) ni en la de su catálogo (en el caso de los servicios de comunicación audiovisual a petición) de modo que afecte a la responsabilidad e independencia editorial del prestador del servicio de comunicación. Tampoco incitarán directamente a la compra o arrendamiento de bienes o servicios, en particular, a través de referencias de promoción concretas a dichos bienes o servicios. No darán una prominencia indebida a los productos de que se trate, y, finalmente, informarán claramente a la audiencia de la existencia de emplazamiento de producto a través de una adecuada identificación al principio y al final del programa, así como cuando el programa se retome tras una pausa publicitaria, para evitar toda confusión a la persona espectadora. En cuanto a este último

requisito, los estados miembros podrán no exigirlo, excepto para los programas producidos o encargados por un prestador del servicio de comunicación o por una empresa filial de este último.

En cualquier caso, de acuerdo con lo establecido en el artículo 11.4 de la Directiva, los programas no podrán contener emplazamiento de los siguientes productos: cigarrillos y otros productos del tabaco, así como cigarrillos electrónicos y sus envases de recarga o emplazamiento de producto de empresas cuya principal actividad sea la fabricación o venta de dichos productos; como tampoco de los medicamentos o tratamientos médicos específicos que únicamente puedan obtenerse mediante receta en el Estado miembro a cuya jurisdicción esté sujeto el prestador del servicio de comunicación.

Por todo lo expuesto, el Pleno del Consejo del Audiovisual de Cataluña adopta, por unanimidad, el siguiente

ACUERDO

1. Recordar a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual que los preceptos relativos al emplazamiento de producto previstos en la normativa audiovisual vigente son de aplicación tanto a los servicios de comunicación audiovisual de televisión lineales como a los ofrecidos a petición, motivo por el que no puede realizarse el emplazamiento de producto indebido en ninguna de las dos modalidades de servicio de comunicación audiovisual.
2. Comunicar el presente recordatorio a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual televisiva.
3. Difundir el presente recordatorio publicándolo en el sitio web del Consejo.

Barcelona, 24 de noviembre de 2021

Roger Loppacher i Crehuet
Presidente

Daniel Sirera Bellés
Consejero secretario