



ACORD 239/2009, DE 4 DE NOVEMBRE, DEL PLE DEL CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA

Fets

En el marc dels informes de seguiment que l'Àrea de continguts del Consell duu a terme en relació amb les obligacions a què estan sotmesos els prestadors de serveis de comunicació audiovisual, s'ha detectat l'emissió per part del prestador Emissions Digitals de Catalunya, SAU (8tv), de diversos espais que tenen com a objectiu informar sobre els serveis o productes oferts per una Administració pública.

Per a la valoració d'aquests continguts s'ha analitzat, a tall d'exemple, una versió de cada microespai: *Més escoles bressol*, de *La Barcelona que ve i Tràmits a bcn.cat/tramits*, de *Barcelona + fàcil*, que, en aquest cas, informen sobre serveis o productes oferts per l'Ajuntament de Barcelona.

Consideracions jurídiques

1a. L'apartat 1r de l'article 109 de la LCA, disposa que la publicitat institucional per ràdio i televisió que emetin les administracions públiques de Catalunya, resta subjecta al que estableix la legislació de la publicitat institucional. I l'apartat 2 del mateix precepte estableix que la publicitat institucional ha de complir, entre d'altres, els requisits següents: "(...) a) *només pot tenir com a objecte la informació sobre els serveis públics*; b) *no pot promoure ni desenvolupar campanyes que tinguin com a finalitat destacar la gestió o els objectius aconseguits pels poders públics*; i, c) *no pot induir a confusió directa o indirecta en relació amb elements identificatius de partits polítics o de les campanyes de propaganda electoral*. (...)".

Així mateix, l'article 4 de la Llei de l'Estat 29/2005, de 29 de desembre, de publicitat i comunicació institucional, norma bàsica, i, per tant d'aplicació a Catalunya, preveu les prohibicions relatives a les campanyes de publicitat i comunicació institucionals, tot establint, entre d'altres, que no es podran promoure o contractar campanyes que tinguin com a finalitat destacar els èxits de gestió o els objectius aconseguits per les administracions públiques.

Pel que fa a l'objecte de la publicitat institucional, la lletra a) de l'apartat 2 de l'article 109 de la LCA estableix que la publicitat institucional "(...) *només pot tenir com a objecte la informació sobre serveis públics* (...)". La Llei 18/2000, de 29 de desembre, per la qual es regula la publicitat institucional, realitza una definició àmplia del concepte de *servei públic*, recollida també en el document *Criteris aplicables a la publicitat institucional*, aprovat pel Ple del Consell el 13 de setembre de 2006, en la que s'inclou, per exemple, les campanyes que tinguin per objecte la promoció i defensa de la democràcia i els valors de la societat, la informació sobre els drets i les obligacions dels ciutadans, sobre l'existència d'entitats públiques i les activitats i projectes que duen a terme o bé la informació sobre l'àmbit de competències de l'administració que promou la comunicació (apartat 2 de l'article 3 de la Llei 18/2000, de 29 de desembre). No obstant l'anterior, aquesta definició àmplia, no significa que aquesta publicitat pugui incloure campanyes que tinguin com a finalitat destacar la gestió o els objectius assolits pels poders públics.



2a. Com a consideració prèvia, a parer d'aquest Consell, els espais *La Barcelona que ve* i *Barcelona + fàcil emesos pel prestador de serveis de televisió* Emissions Digitals de Catalunya, SAU, adopten la forma concreta de microespais publicitaris ja que malgrat es tracta d'espais que es presenten aparentment com un servei informatiu, el seu contingut, la seva durada i la seva localització determinen que s'hagin de considerar com a publicitat, i més concretament, com a un anunci, en particular, pels motius que tot seguit s'expliciten:

- a) Contingut: contenen missatges encaminats a promoure l'ús de determinats serveis i a promoure actituds i comportaments entre les persones usuàries.
- b) Localització: s'emeten o es presenten en el mateix context que els anuncis convencionals, és a dir, durant les interrupcions publicitàries.
- c) Durada: tenen una durada aproximada d'un minut.

3a. De l'anàlisi dels microespais publicitaris que, a tall d'exemple, s'han analitzat (*Més escoles bressol*, de *La Barcelona que ve* i *Tràmits a bcn.cat/tramits*, de *Barcelona + fàcil*), s'ha constatat que tenen com a objectiu informar sobre els serveis o productes oferts per una Administració pública, en aquest cas l'Ajuntament de Barcelona, i, en conseqüència, constitueixen supòsits de publicitat de caràcter institucional que s'han de subjectar als requisits específics que la legislació vigent estableix envers aquest tipus de publicitat.

Així mateix, d'aquesta anàlisi es desprèn que aquests microespais destaquen la gestió o els objectius assolits per l'Administració pública promotora. En concret, en el microespai publicitari *La Barcelona que ve* s'explicita, mitjançant sobreimpressions, el nombre d'escoles inaugurades i places augmentades: "El 2008 es van inaugurar a Barcelona 4 noves escoles bressol municipals" i "Al districte de Sarrià-Sant Gervasi el curs 2009-2010 s'han triplicat les places d'escoles bressol". A més, l'off verbalitza: "Més i millors escoles bressol als barris, ben a prop de tothom. Aquest és el gran objectiu del pla de noves escoles bressol".

En la versió Tràmits a bcn.cat/tramits del microespai Barcelona + fàcil es menciona els avantatges de fer els tràmits administratius a través del portal bcn.cat/tramits: "... és molt senzill"; "les tramitacions mai no han estat tant fàcils de resoldre. Gràcies al portal de tràmits podràs fer-ho en qualsevol lloc i qualsevol moment, i amb la seguretat que es resoldrà de manera àgil i còmode" i "aquest és un dels serveis que t'ofereix l'Ajuntament de Barcelona, perquè el dia a dia a la ciutat et sigui més fàcil". Totes les versions de *Barcelona + fàcil* mencionen l'Ajuntament de Barcelona entre 2 i 4 vegades durant el minut d'emissió de l'espai.

Tanmateix, en l'eventual supòsit, negat per aquest Consell, que els espais analitzats fossin considerats com a programació, es podria afirmar que aquests contenen publicitat encoberta institucional dels serveis que ofereix l'Ajuntament de Barcelona, atès que les mencions que s'hi inclouen tenen referències amb finalitat publicitària i no estan senyalitzades com a publicitat.

Així, igualment, en aquesta eventual interpretació, atesos els criteris de publicitat institucional que estableix l'apartat 2n de l'article 109 de la LCA i el document de Criteris aplicables a la publicitat institucional del CAC, es desprèn que els dos espais



contenen publicitat institucional encoberta prohibida, ja que destaquen la gestió o els objectius assolits per l'Administració promotora de la publicitat.

Per tot l'exposat, el Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya adopta els següents:

ACORDS

1. Instar el prestador de serveis de televisió Emissions Digitals de Catalunya, SAU per tal que adopti les mesures oportunes per al cessament d'aquells microespais publicitaris que contravinguin la prohibició continguda en la lletra b) de l'apartat 2 de l'article 109 de la LCA, pel que fa a aquells aspectes "que tinguin com a finalitat destacar la gestió o els objectius aconseguits pels poders públics", en els termes expressats en la part expositiva d'aquest Acord.

2. Notificar aquest Acord al prestador de serveis de televisió.

Barcelona, 4 de novembre de 2009

Ramon Font Bové
President

Santiago Ramentol Massana
Conseller secretari