

**ACUERDO 144/2009, DE 15 DE JULIO, DEL PLENO DEL CONSEJO DEL
AUDIOVISUAL DE CATALUÑA**

1. En la verificación de la adecuación de la publicidad institucional a las previsiones contenidas en el artículo 109 de la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña (en adelante LCA), el Área de Contenidos de este Consejo ha detectado la emisión por televisión de la campaña institucional de la Generalitat de Cataluña llamada *Per l'aigua, som-hi* (por el agua, vamos) [versión 30"].

2. El apartado 1 del artículo 109 de la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña, dispone que la publicidad institucional para radio y televisión que emitan las administraciones públicas de Cataluña está sujeta a lo que establece la legislación de la publicidad institucional. Y el apartado 2 del mismo precepto establece que la publicidad institucional debe cumplir, entre otros, los siguientes requisitos: "[...] a) solo puede tener como objeto la información sobre los servicios públicos; b) no puede promover ni desarrollar campañas que tengan como finalidad destacar la gestión o los objetivos conseguidos por los poderes públicos, y c) no puede inducir a confusión directa o indirecta en relación con elementos identificativos de partidos políticos o de las campañas de propaganda electoral. [...]".

Asimismo, el artículo 4 de la Ley del Estado 29/2005, de 29 de diciembre, de publicidad y comunicación institucional, norma básica, y, por tanto de aplicación en Cataluña, prevé las prohibiciones relativas a las campañas institucionales de publicidad y comunicación, estableciendo, entre otras, que no se podrán promover o contratar campañas que tengan como finalidad destacar los éxitos de gestión o los objetivos conseguidos por las administraciones públicas.

3. En cuanto al objeto de la publicidad institucional, la letra a) del apartado 2 del artículo 109 de la LCA establece que la publicidad institucional "[...] solo puede tener como objeto la información sobre servicios públicos [...]". La Ley 18/2000, de 29 de diciembre, por la que se regula la publicidad institucional, realiza una definición amplia del concepto de servicio público, recogida también en el documento *Criteris aplicables a la publicitat institucional* (criterios aplicables a la publicidad institucional), aprobado el 13 de septiembre de 2006 por el Pleno del Consejo, en la que se incluyen, por ejemplo, las campañas que tengan por objeto la promoción y defensa de la democracia y los valores de la sociedad, la información sobre los derechos y las obligaciones de los ciudadanos, sobre la existencia de entidades públicas y las actividades y proyectos que llevan a cabo o bien la información sobre el ámbito de competencias de la administración que promueve la comunicación (apartado 2 del artículo 3 de la Ley 18/2000, de 29 de diciembre). No obstante lo anterior, esta definición amplia no significa que esta publicidad pueda incluir campañas que tengan como finalidad destacar la gestión o los objetivos conseguidos por los poderes públicos.

4. Del análisis del spot de la campaña institucional para televisión de la Generalitat de Cataluña llamada *Per l'aigua, som-hi*, claramente se desprende que destaca la gestión o los objetivos alcanzados por la Generalitat de Cataluña, en la medida en que hay una referencia expresa a la desalinizadora del Llobregat que, promovida por la administración mencionada, tiene previsto entrar en funcionamiento este verano, y hace mención directa y explícita de las ventajas de este proyecto con la locución i



amb la dessalinitzadora del Llobregat en tindrem més i de millor qualitat (y con la desalinizadora del Llobregat tendremos más y de mejor calidad).

La campaña también informa sobre los servicios públicos, promoviendo mensajes en el ámbito de las competencias o el objeto social de la entidad, la sociedad o la persona jurídico-pública que promueve la comunicación (letra e del apartado 2 del artículo 3 de la Ley 18/2000). En este sentido, la campaña promueve el consumo responsable y el ahorro de agua con la colaboración de la ciudadanía. Ahora bien, la incidencia de la mencionada promoción, valorada en su contexto, no desvirtúa el resultado final de la campaña que, efectivamente, destaca la gestión o los objetivos alcanzados por la Generalitat de Catalunya.

Por todo lo expuesto, el Pleno del Consejo del Audiovisual de Catalunya adopta los siguientes:

ACUERDOS

1. Requerir al prestador de servicios de televisión para que, en caso de que emita el spot de referencia, adopte las medidas oportunas para el cese de las emisiones del spot de la campaña institucional de la Generalitat de Catalunya llamada *Per l'aigua, som-hi*, dado que podría contravenir aquello establecido en la letra b) del apartado 2 del artículo 109 de la LCA.
2. Notificar este Acuerdo al prestador de servicios de televisión.

Barcelona, 15 de julio de 2009

Ramon Font Bové
Presidente

Santiago Ramentol i Massana
Consejero secretario

