

**ACORD 185/2008, DE 17 DE DESEMBRE, DEL PLE DEL CONSELL DE
L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA**

Ref. expedient 5/N/2008

1. Els serveis tècnics del Consell han analitzat d'ofici l'espot del Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya relatiu a la campanya institucional *"El fum és fatal"*, emès, com a mínim, per Televisió de Catalunya, SA, dirigit a conscienciar dels riscos del tabac i de l'exposició del fum.

D'acord amb les informacions fetes públiques per part d'aquest Departament, *"l'objectiu d'aquesta campanya és informar i sensibilitzar la ciutadania sobre els efectes del fum del tabac, tant a les persones fumadores, com a les no fumadores, fent èmfasi en els més de 4.000 components que es troben en el fum del tabac"*. Així mateix, la campanya també vol promoure actituds i comportaments assertius en les persones no fumadores per tal evitar/reduir l'exposició al fum, i de respecte a la normativa vigent, alhora que augmentar la utilització dels recursos assistencials per deixar de fumar: línia telefònica, consultes als centres de salut i les unitats de tabaquisme.

2. Per tal de conscienciar a la ciutadania dels riscos del tabac, s'ha optat per una representació audiovisual en la que diverses persones apareixen en diferents situacions de la vida diària ingerint arsènic, benzina, mata rates i insecticida. Aquests quatre "productes" tòxics conformen alguns dels components químics que es troben en el fum del tabac. La ingesta d'aquests productes tòxics es representa en quatre escenes diferents, però enllaçades, totes elles quotidianes, en les que després d'aquesta ingesta, la persona expel·leix fum per la boca. Així, el pla en el que apareix les gotes d'arsènic es dona en un àmbit familiar davant d'un menor; en relació amb la benzina, l'actor se la beu passejant pel carrer; quant a la pastilla de mata rates, l'actor d'aquest pla se la traga com si fos un terròs de sucre; i, finalment, quant a l'insecticida, s'ingereix en un bar.

3. En virtut de l'anterior, es plantegen dues qüestions; la primera, relativa a que aquest espot s'insereix dins d'una campanya institucional realitzada per una Administració pública, en aquest cas la Generalitat. Atenent a la redacció de l'article 109.3 de la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya (en endavant, LCA), el Consell de l'Audiovisual de Catalunya és el competent, en qüestions de campanyes institucionals, per tal de verificar el compliment del que s'estableix en l'apartat 2 del mateix article. Això és, el compliment dels 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 assolits pels poders públics.
- c) No pot induir a confusió directa o indirecta amb relació a elements identificatius de partits polítics o de les campanyes de propaganda electoral.
- d) Les administracions de Catalunya, durant els períodes electorals, únicament poden fer campanyes de caràcter institucional destinades a informar els ciutadans sobre la data en què han de tenir lloc les eleccions o el

del vot per correu. Aquestes campanyes en cap cas no poden suggerir, directament o indirectament, opcions de vot.

e) El termini de prohibició de la publicitat institucional durant els períodes electorals s'inicia el dia de la publicació de la convocatòria d'eleccions.

La nova redacció de l'article 109.3 de la LCA, donada per la disposició final primera de la Llei 11/2007, d'11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, comporta la desaparició del règim d'autorització prèvia per a l'emissió de campanyes institucionals als mitjans de comunicació audiovisual, redefinint la funció que exerceix el Consell de l'Audiovisual de Catalunya en aquesta qüestió a un control *a posteriori* de l'adequació del contingut de les campanyes institucionals que s'emeten a la legalitat vigent.

4. La segona qüestió és la relativa a que, no obstant l'anterior, entenem que no hi ha cap previsió legal que impedeixi a aquest Consell pronunciar-se en relació amb si l'espot compleix amb tots els requisits generals establerts per la legislació vigent en matèria de publicitat (en aquest cas, la LCA i la Llei general de publicitat). Ans el contrari, d'acord amb les lletres j) i k) de l'article 10 de la Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, aquest organisme és competent per *“vetllar pel compliment de la legislació sobre publicitat en tot allò relatiu als continguts i les modalitats de les emissions publicitàries (...)”* i per *“assegurar el compliment i l'observança del que disposa la Llei 8/1995, de 27 de juliol, d'atenció i protecció dels infants i els adolescents i de modificació de la Llei 37/1991, del 30 de desembre, sobre mesures de protecció dels menors deseparats i de l'adopció”*. En aquest cas, les representacions audiovisuals de la ingesta dels referits productes tòxics podrien ser susceptibles de perjudicar als menors, en tant en quant aquests podrien comportar conductes imitatives que promoguessin o impliquessin determinades actituds o situacions de risc per als infants i adolescents.

Així, doncs, és evident que cal limitar la difusió de comportaments violents i perillosos amb l'objectiu de protegir als col·lectius més vulnerables; per això l'existència de les franges horàries i de l'horari protegit. No obstant l'anterior, hi ha casos molt concrets en que cal contextualitzar les aparicions de suposades conductes perilloses; per exemple, quan es doni una forta justificació editorial, tal com considera l'OFCOM en el seu *Broadcasting Code* (punts 1.11 i 1.12 del Codi). En aquest cas, si bé per tal de transmetre la idea subjacent –la nocivitat del fum del tabac– s'hauria pogut haver realitzat de diferent manera, és lògic entendre que el missatge publicitari ha de ser “impactant”; és a dir, ha de captar l'atenció de la persona telespectadora, buscant representacions “extremes” per tal de conscienciar, com és el cas objecte d'aquest acord, la ciutadania respecte una determinada qüestió d'interès general –la nocivitat del fum del tabac–.

No obstant això, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya considera que, atesa la representació audiovisual d'aquest espot, els prestadors de serveis de televisió han d'extremar la precaució a l'hora de la seva difusió, especialment en les franges horàries en les que s'emeten els contenidors de programació infantil, per tal d'evitar la comissió de conductes imitatives en la infància i adolescència.

Per tot l'exposat, el Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, ha adoptat els següents,



ACORDS

1. Constatar que l'espot del Departament de Salut relatiu a la campanya institucional "*El fum és fatal*", dirigit a conscienciar dels riscos del tabac i de l'exposició del fum, no vulnera la normativa audiovisual vigent. Això no obstant, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya recomana als prestadors de serveis de televisió que no emetin aquest espot lligat als contenidors de programació infantil, per tal d'evitar possibles conductes imitatives en els infants i adolescents.
2. Notificar aquest Acord a les persones interessades.

Barcelona, 17 de desembre de 2008

Josep M. Carbonell i Abelló
President

Santiago Ramentol i Massana
Conseller secretari