



**ACORD 144/2012, de 10 d'octubre, del Ple del
Consell de l'Audiovisual de Catalunya**

**Emissió de pantalles compartides en el transcurs de retransmissions
d'esdeveniments esportius per part dels prestadors de serveis de televisió d'àmbit
estatal Gestevisión Telecinco, SA (Telecinco) i Antena 3 Televisión, SA (Antena 3
TV)**

Fets

L'Àrea de Continguts del Consell ha elaborat els informes 91/2012, de 17 de juliol, i 98/2012, de 17 d'agost, en relació amb l'emissió de pantalles compartides en el transcurs de retransmissions d'esdeveniments esportius per part dels prestadors de serveis de televisió d'àmbit estatal Gestevisión Telecinco, SA (Telecinco) i Antena 3 Televisión, SA (Antena 3 TV).

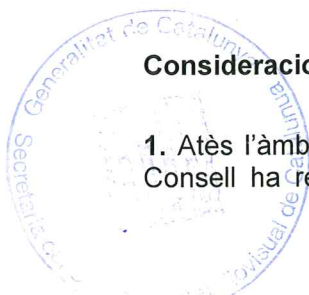
En l'Informe 91/2012 s'analitzen les pantalles compartides emeses per Telecinco, el diumenge 8 de juliol, durant les retransmissions de les sessions d'entrenaments lliures (MotoGP i Moto3) i de les curses (Moto3, Moto2 i MotoGP) del Gran Premi d'Alemanya, corresponent al Mundial de Motociclisme 2012. D'altra banda, en l'Informe 98/2012 s'analitzen les pantalles compartides emeses per Antena 3 TV durant les curses de GP2 Series i Fórmula 1 del Gran Premi d'Hongria d'automobilisme. D'acord amb aquest informe, només en el decurs de la cursa de Fórmula 1 s'emeten pantalles compartides.

El resultat de l'anàlisi de les mostres analitzades en l'Informe 91/2012 conclou que "[...] durant les 5 retransmissions de l'esdeveniment esportiu del Mundial de Motociclisme 2012: GP d'Alemanya, emeses per Telecinco el diumenge 8 de juliol, s'han detectat l'emissió de comunicacions comercials simultànies a la programació en forma de pantalla compartida en 10 ocasions (7 sense que l'esdeveniment es trobi aturat i 3 entre el final de la cursa i l'entrega de premis). [...]". D'acord amb això, tenint en compte les característiques i la tipologia de la retransmissió "[...] l'esdeveniment esportiu està subjecte a límits temporals o a la consecució d'objectius vinculats al temps. Es produeixen interrupcions durant el desenvolupament de l'esdeveniment [...] i [...] s'emeten missatges publicitaris mitjançant la tècnica de la pantalla compartida [...]", caracteritzada, entre d'altres, per no sobreimprimir "[...] la indicació 'publicitat' [...]".

D'altra banda, en l'Informe de l'Àrea de Continguts 98/2012 es constata que: "[...] Durant la retransmissió de la cursa de Fórmula 1 del GP d'Hongria 2012, emesa per Antena 3 TV, el diumenge 29 de juliol, s'ha detectat l'emissió de comunicacions comercials simultànies a la programació en forma de pantalla compartida en 4 ocasions, sempre amb l'esdeveniment en curs. [...]". Igual que en l'Informe 91/2012, s'interpreta que, ateses les característiques i la tipologia de la retransmissió, "[...] l'esdeveniment esportiu està subjecte a límits temporals o a la consecució d'objectius vinculats al temps. Es produeixen interrupcions durant el desenvolupament de l'esdeveniment [...] i [...] s'emeten missatges publicitaris mitjançant la tècnica de la pantalla compartida [...]", caracteritzada, entre d'altres, per no sobreimprimir "[...] la indicació 'publicitat' [...]".

Consideracions jurídiques

1. Atès l'àmbit de cobertura dels prestadors de serveis de televisió, l'Àrea Jurídica del Consell ha realitzat, en l'Informe 14V/2012, l'anàlisi jurídica de les emissions de les





pantalles compartides objecte dels informes de l'Àrea de Continguts 91/2012 i 98/2012, tenint en compte les previsions relatives a les interrupcions publicitàries i al principi de separació del contingut editorial del publicitari que estableix la Llei de l'Estat 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual (LGCA) i el Reglament de desplegament de la LGCA en relació amb la comunicació comercial televisiva, aprovat mitjançant el Reial decret 1624/2011, de 14 de novembre.

2. Quant a les interrupcions publicitàries en els esdeveniments esportius, en l'informe jurídic 14V/2012 es fa esment de les previsions que estableix l'apartat 4 de l'article 14 de la LGCA, així com els apartats 1 i 2 del Reglament de desplegament de la LGCA en relació amb la comunicació comercial televisiva.

En les mostres analitzades en els informes 91/2012 i 98/2012 es constata que la publicitat dels esdeveniments esportius –curses de motociclisme i de Fórmula 1– s'inicia amb una careta a pantalla completa, formada a partir de grafisme, on es poden apreciar unes motocicletes i el logotip de MotoGP (Informe 91/2012), i en el qual es poden apreciar diferents automòbils de Fórmula 1, el logotip d'Antena 3 TV, el logotip de la Fórmula 1 i la llegenda "Eni magyar nagydíj. Budapest" (Informe 98/2012). Seguidament a l'emissió d'aquesta careta, hi apareix una pantalla que conté el logotip de MotoGP a la part superior, dues finestres a la part central i una sobreimpressió a la part inferior amb el dibuix del traçat del circuit i el text "GP de Alemanya. 6-8 julio. Circuito de Sachsenring. Longitud: 3.671 m. Año de construcción: 1996. Récord: 1'21"846 (Pedrosa 2011)" (Informe 91/2012), mentre que en la retransmissió de la cursa de Fórmula 1 (Informe 98/2012) hi apareix una pantalla que conté el logotip de Facebook a la part superior amb la llegenda "A3F1hungria", dues finestres a la part central i una sobreimpressió a la part inferior amb el dibuix del traçat del circuit i el text "Circuito de Hungaroring. 4381m/70/306,630 km".

Tal com recull el Reglament de desplegament de la LGCA en relació amb la comunicació comercial televisiva i es manifesta en els informes 91/2012 i 98/2012, les curses de motociclisme i de Fórmula 1 són esports que estan subjectes a la consecució d'objectius vinculats al temps.

En aquest sentit, tal com estableix el paràgraf 23 de l'apartat 2.3 de la Comunicació interpretativa de la Comissió Europea relativa a diversos aspectes de les disposicions de la Directiva "televisió sense fronteres" sobre la publicitat televisiva, les "[...] curses de motociclisme i de Fórmula 1 no disposen de pauses naturals o interrupcions objectives" en les quals es puguin inserir blocs de publicitat. Per això, durant l'emissió d'aquest tipus de retransmissions esportives s'acostuma a utilitzar la tècnica de la pantalla compartida, ja que no s'interromp l'emissió de l'esdeveniment esportiu.

D'acord amb això, la careta a pantalla completa formada a partir de grafisme emesa, que inicia i tanca el bloc publicitari, incompleix l'apartat 4 de l'article 14 de la LGCA i l'article 14 del Reglament de desplegament de la LGCA en relació amb la comunicació audiovisual televisiva.

3. Pel que fa a la separació del contingut editorial del publicitari, en l'Informe de l'Àrea Jurídica del Consell 14V/2012 es recullen les previsions que contenen els apartats 2 i 3 de l'article 14 de la LGCA, així com l'apartat 2 de l'article 16 del Reglament de desenvolupament de la LGCA en relació amb la comunicació comercial televisiva.

En les mostres analitzades en els informes 91/2012 i 98/2012 es constata la no-sobreimpressió de la indicació "publicitat" a la finestra que correspon al contingut publicitari. La LGCA és clara pel que fa aquesta qüestió al determinar –ex. art. 14.2– que





"(...) tant els missatges publicitaris a la televisió com la televenda han d'estar clarament diferenciats dels programes mitjançant mecanismes acústics i òptics (...)". L'apartat 3 del mateix article de la LGCA concreta aquest principi de separació del contingut editorial del publicitari, al preveure que en (...) l'emissió de publireportatges, telepromocions i, en general, de les formes de publicitat diferents dels anuncis televisius, que, per les característiques de la seva emissió, podrien confondre l'espectador sobre el seu caràcter publicitari, s'ha de superposar permanentment i de forma clarament llegible, una transparència amb la indicació 'publicitat'".

Malgrat que la careta a pantalla completa inicial i final de la pantalla compartida es pogués arribar a entendre com un mecanisme acústic i òptic per diferenciar la publicitat del programa. La inserció d'aquesta careta suposa una interrupció de la retransmissió de les curses de motociclisme i de Fórmula 1, per la qual cosa és una tècnica que no es pot utilitzar en aquest tipus de retransmissions.

En coherència amb el que s'ha exposat més amunt, la no-sobreimpressió de la indicació "publicitat" incompleix l'apartat 3 de l'article 14 de la LGCA, així com l'apartat 2 de l'article 16 del Reglament de desplegament de la LGCA en relació amb la comunicació audiovisual televisiva.



4. La lletra n) de l'article 10 de la Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (en un sentit molt similar, la lletra h de l'article 115 de la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya), atribueix a aquest organisme, entre d'altres, la competència per "instar les altres autoritats reguladores o les administracions públiques amb competències en mitjans de comunicació audiovisual, les emissions dels quals es difonguin a Catalunya i no restin subjectes a l'autoritat del audiovisual, les emissions dels quals es difonguin a Catalunya i no restin subjectes a l'autoritat del Consell, a promoure l'adopció de les mesures adequades davant les conductes contràries a la legislació relativa a la programació i la publicitat audiovisuals (...)".

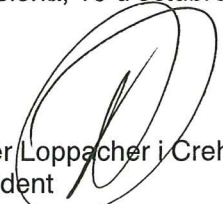
Per tot el que s'ha exposat, el Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya adopta els següents

ACORDS

1. Instar al Ministeri d'Indústria, Energia i Turisme,, per tal que, en el seu cas, adopti les actuacions que consideri oportunes davant de la vulneració en matèria d'interrupcions publicitàries, així com de separació del contingut editorial del publicitari, de les pantalles compartides emeses pels prestadors de serveis de televisió Gestevisión Telecinco, SA i Antena 3 Televisión, SA durant les retransmissions d'esdeveniments esportius.

2. Notificar aquest Acord a la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació als efectes oportuns.

Barcelona, 10 d'octubre de 2012



Roger Loppacher i Crehuet
President



Daniel Sirera i Bellés
Conseller secretari