



**ACUERDO 144/2012, de 10 de octubre, del Pleno del
Consejo del Audiovisual de Cataluña**

Emisión de pantallas compartidas en el transcurso de retransmisiones de eventos deportivos por parte de los prestadores de servicios de televisión de ámbito estatal Gestevisión Telecinco, SA (Telecinco), y Antena 3 Televisión, SA (Antena 3TV)

Hechos

El Área de Contenidos del Consejo ha elaborado los informes 91/2012, de 17 de julio, y 98/2012, de 17 de agosto, en relación con la emisión de pantallas compartidas en el transcurso de retransmisiones de eventos deportivos por parte de los prestadores de servicios de televisión de ámbito estatal Gestevisión Telecinco, SA (Telecinco) y Antena 3 Televisión, SA (Antena 3 TV).

En el Informe 91/2012 se analizan las pantallas compartidas emitidas por Telecinco el domingo 8 de julio durante las retransmisiones de las sesiones de entrenamientos libres (MotoGP y Moto3) y de las carreras (Moto3, Moto2 y MotoGP) del Gran Premio de Alemania, correspondientes al Mundial de Motociclismo 2012. Por otra parte, en el Informe 98/2012 se analizan las pantallas compartidas emitidas por Antena 3 TV durante las carreras de GP2 Series y Fórmula 1 del Gran Premio de Hungría de automovilismo. De acuerdo con el mencionado informe, sólo en el transcurso de la carrera de Fórmula 1 se emiten pantallas compartidas.

El resultado del análisis de las muestras consideradas en el Informe 91/2012 concluye que "[...] durante las 5 retransmisiones del evento deportivo del Mundial de Motociclismo 2012: GP de Alemania, emitidas por Telecinco el domingo 8 de julio, se ha detectado la emisión de comunicaciones comerciales simultáneas a la programación en forma de pantalla compartida en 10 ocasiones (7 sin que el evento esté parado y 3 entre el final de la carrera y la entrega de premios) [...]". De acuerdo con lo anterior, teniendo en cuenta las características y la tipología de la retransmisión, "[...] el evento deportivo está sujeto a límites temporales o a la consecución de objetivos vinculados al tiempo. Se producen interrupciones durante el desarrollo del evento [...]" y "[...] se emiten mensajes publicitarios mediante la técnica de la pantalla compartida [...]", caracterizada, entre otros, por no sobreimprimir "[...] la indicación 'publicidad' [...]".

Por otra parte, en el Informe del Área de Contenidos 98/2012 se constata que: "[...] Durante la retransmisión de la carrera de Fórmula 1 del GP de Hungría 2012, emitida por Antena 3 TV el domingo 29 de julio, se ha detectado la emisión de comunicaciones comerciales simultáneas a la programación en forma de pantalla compartida en 4 ocasiones, siempre con el evento en curso [...]". Al igual que en el Informe 91/2012, se interpreta que, dadas las características y la tipología de la retransmisión, "[...] el evento deportivo está sujeto a límites temporales o la consecución de objetivos vinculados al tiempo. Se producen interrupciones durante el desarrollo del evento [...]" y "[...] se emiten mensajes publicitarios mediante la técnica de la pantalla compartida [...]", caracterizada, entre otros, por no sobreimprimir "[...] la indicación 'publicidad' [...]".





Consideraciones jurídicas

1. Dado el ámbito de cobertura de los prestadores de servicios de televisión, el Área Jurídica del Consejo ha realizado, en el Informe 14V/2012, el análisis jurídico de las emisiones de las pantallas compartidas objeto de los informes del Área de Contenidos 91/2012 y 98/2012 teniendo en cuenta las previsiones relativas a las interrupciones publicitarias y al principio de separación del contenido editorial del publicitario que se establece en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, general de la comunicación audiovisual (LGCA) y el Reglamento de desarrollo de la LGCA con respecto a la comunicación comercial televisiva, aprobado mediante el Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre.

2. En cuanto a las interrupciones publicitarias en los acontecimientos deportivos, en el Informe jurídico 14V/2012 se hace mención a las previsiones establecidas en el artículo 14.4 de la LGCA, así como a los apartados 1 y 2 del Reglamento de desarrollo de la LGCA con respecto a la comunicación comercial televisiva.

En las muestras analizadas en los informes 91/2012 y 98/2012 se constata que la publicidad de los eventos deportivos –carreras de motociclismo y de Fórmula 1– se inicia con una careta a pantalla completa, formada a partir de grafismo, donde se pueden apreciar unas motocicletas y el logotipo de MotoGP (Informe 91/2012), y en la que pueden apreciarse diferentes automóviles de Fórmula 1, el logotipo de Antena 3, el logotipo de la Fórmula 1 y la leyenda “Eni magyar nagydíj. Budapest” (Informe 98/2012). Seguidamente a la emisión de esta careta aparece una pantalla que contiene el logotipo de MotoGP en la parte superior, dos ventanas en la parte central y una superimpresión en la parte inferior con el dibujo del trazado del circuito y el texto “GP de Alemania. 6-8 julio. Circuito de Sachsenring. Longitud: 3.671 m. Año de construcción: 1996. Récord: 1'21 “846 (Pedrosa 2011)” (Informe 91/2012), mientras que en la retransmisión de la carrera de Fórmula 1 (Informe 98/2012) aparece una pantalla que contiene el logotipo de Facebook en la parte superior con la leyenda “A3F1hungria”, dos ventanas en la parte central y una superimpresión en la parte inferior con el dibujo del trazado del circuito y el texto “Circuito de Hungaroring. 4.381m/70/306, 630 km”.

Tal como se recoge en el Reglamento de desarrollo de la LGCA con respecto a la comunicación comercial televisiva y se manifiesta en los informes 91/2012 y 98/2012, las carreras de motociclismo y de Fórmula 1 son deportes que están sujetos a la consecución de objetivos vinculados al tiempo.

En ese sentido, tal como se establece en el párrafo 23 del apartado 2.3 de la Comunicación interpretativa de la Comisión Europea relativa a diversos aspectos de las disposiciones de la Directiva “televisión sin fronteras” sobre la publicidad televisiva, las “[...] carreras de motociclismo y de Fórmula 1 no disponen de pausas naturales o interrupciones objetivas [...]” en las que se puedan insertar bloques de publicidad. Por ello, durante la emisión de este tipo de retransmisiones deportivas se suele hacer uso de la técnica de la pantalla compartida, ya que no se interrumpe la emisión del evento deportivo.

De acuerdo con lo anterior, la careta a pantalla completa formada a partir de grafismo emitida, que inicia y cierra el bloque publicitario, incumple el artículo 14.4 de la LGCA y el





artículo 14 del Reglamento de desarrollo de la LGCA en cuanto a la comunicación audiovisual televisiva.

3. Con respecto a la separación del contenido editorial del publicitario, en el Informe del Área Jurídica del Consejo 14V/2012 se recogen las previsiones contenidas en los artículos 14.2 y 14.3 de la LGCA, así como el artículo 16.2 del Reglamento de desarrollo de la LGCA con respecto a la comunicación comercial televisiva.

En las muestras analizadas en los informes 91/2012 y 98/2012 se constata la no sobreimpresión de la indicación "publicidad" en la ventana que corresponde al contenido publicitario. La LGCA es clara en relación a esta cuestión al determinar –ex art. 14.2- que "(...) tanto los mensajes publicitarios en televisión como la televenta deben estar claramente diferenciados de los programas mediante mecanismos acústicos y ópticos (...)". El apartado 3 del mismo artículo de la LGCA concreta este principio de separación del contenido editorial del publicitario, al prever que en "(...) la emisión de publirreportajes, telepromociones y, en general, de aquellas formas de publicidad distintas de los anuncios televisivos que, por las características de su emisión, podrían confundir al espectador sobre su carácter publicitario, deberá superponerse, permanentemente y de forma claramente legible, una transparencia con la indicación 'publicidad'".

A pesar de que la careta a pantalla completa inicial y final de la pantalla compartida pudiera ser entendida como un mecanismo acústico y óptico para diferenciar la publicidad del programa. La inserción de dicha careta supone una interrupción de la retransmisión de las carreras de motociclismo y de Fórmula 1, por lo que es una técnica que no puede utilizarse en este tipo de retransmisiones.

En coherencia con lo expuesto, la no sobreimpresión de la indicación "publicidad" incumple el artículo 14.3 de la LGCA, así como el artículo 16.2 del Reglamento de desarrollo de la LGCA en cuanto a la comunicación audiovisual televisiva.

4. La letra n) del artículo 10 de la Ley 2/2000, de 4 de mayo, del Consejo del Audiovisual de Cataluña (en un sentido muy similar, la letra h del artículo 115 de la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña), atribuye al mencionado organismo, entre otros, la competencia para "instar a las demás autoridades reguladoras o a las administraciones públicas con competencias en medios de comunicación audiovisual cuyas emisiones se difundan en Cataluña y no queden sujetas a la autoridad del Consejo la adopción de las medidas adecuadas ante las conductas contrarias a la legislación relativa a la programación y publicidad audiovisuales [...]".

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

ACUERDOS

1. Instar al Ministerio de Industria, Energía y Turismo, a adoptar, si procede, las actuaciones que considere oportunas ante la vulneración en materia de interrupciones publicitarias, así como de separación del contenido editorial del publicitario, de las pantallas compartidas emitidas por los prestadores de servicios de televisión Gestevisión



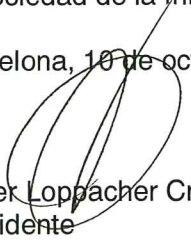


**Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya**

Telecinco, SA y Antena 3 Televisión, SA durante las retransmisiones de eventos deportivos.

2. Notificar el presente Acuerdo a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, a los efectos oportunos.

Barcelona, 10 de octubre de 2012


Roger Loppacher Crehuet
Presidente



Daniel Sirera Bellés
Consejero secretario