

Activitat del Consell de l'Audiovisual de Catalunya

Estudi encarregat pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya

1998

RPEO 308 a



CAC
Consell de l'Audiovisual
de Catalunya

Gravina 1, 1r
08001 Barcelona
Tel. (93) 270 12 30
Fax (93) 412 63 29

REPORT ANUAL 1998

SOBRE L'ACTIVITAT DEL CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (CAC)

ANNEX: DICTÀMENS I DECISIONS



Generalitat de Catalunya
Institut d'Estadística de Catalunya
Centre d'Estudis d'Opinió

RPEO núm.

308

Data

16/01/2006

E-103



Generalitat
de Catalunya



DICTÀMENS

	pàg
• Dictamen 1/1998 sobre la diferència de nivell acústic entre la programació i la publicitat en televisió	3
• Dictamen 2/1998 sobre els valors a la programació infantil en els programes d'animació	11
• Dictamen 3/1998 sobre la inclusió de les pel·lícules concebudes per a la televisió en els supòsits previstos en l'art. 13.3 de la Llei 25/94, de 12 de juliol, de transposició de la Directiva de Televisió sense Fronteres (talls publicitaris en l'emissió de les obres audiovisuals)	17

DECISIONS

• Decisió 1/1998 relativa a l'espai "BARBIE TEVE".	23
• Decisió 2/1998 relativa al programa de TV3 "Ja hi som"	28
• Decisió 3/1998 relativa a l'emissió de curses de braus en horari infantil	33
• Decisió 4/1998 relativa a un anunci de l'empresa Fotoprix	37
• Decisió 5/1998 relativa a un anunci de l'empresa Mapfre S.A.	41
• Decisió 6/1998 relativa al programa d'Antena 3 Televisió "Sabor a tí"	46

**Dictamen 1/1998 sobre la diferència de nivell acústic entre la
programació i la publicitat en televisió**

DICTAMEN 1/98

Sobre la diferència de nivell acústic entre la programació i la publicitat en televisió

El Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en sessió plenària del dia 2 de novembre de 1998, prèvia deliberació i per unanimitat, d'acord amb allò establert a l'article 12.2 a) de la Llei 2/1996, de 5 de juliol, emet el dictamen següent:

ANTECEDENTS

La diferència del nivell de so entre la programació i la publicitat que el ciutadà percep en televisió és un tema recurrent en la premsa. Molts telespectadors han expressat en els diferents mitjans de comunicació el seu malestar pel que consideren un augment injustificat del volum del so de la publicitat, qüestió que també ha estat objecte de consulta al Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en la sessió del dia 27 d'abril de 1998, va acordar encarregar un estudi tècnic en el qual s'analitzés la realitat de les diferències de so entre els diversos gèneres de programes de televisió en relació amb la publicitat, les possibles causes de les molèsties que afecten als telespectadors i les vies de solució. L'estudi s'ha realitzat amb referència a la televisió analògica per via hertziana.

L'estudi es fonamenta en dades obtingudes mitjançant mesures de nivell acústic referents a l'àudio emès per les cadenes hertzianes estatals i autonòmiques que es veuen en el conjunt del territori de Catalunya en els mesos de juny, juliol, agost i setembre de 1998.

L'esmentat estudi contempla els següents paràmetres:

- **Nivell equivalent (Leq):** és el nivell promig de senyal de so obtingut durant el temps d'anàlisi (típicament 10 minuts). Ens dóna una idea del valor mig. Així, un nivell de - 6,7 dB és més alt que un nivell de - 10 dB, referits a un nivell màxim de 0 dB.
- **Dinàmica del so (Leq10-Leq90):** reflecteix la distància o desnivell existent entre els valors mínims de senyal (L90) i els valors màxims (L10). Es descompten el 10% dels senyals més alts i el 10 % dels senyals més baixos.
- **Compressió del so:** sistema necessari per a la reducció de la dinàmica del so que consisteix en l'elevació dels nivells de senyal més baixos i l'acostament als més alts. Com més alta és la compressió, més nivell de so percep l'oïda humana. El procés invers s'anomena expansió.
- **Control de qualitat del so:** Sistema tècnic que iguala els valors de l'amplitud de senyal, evitant desnivells excessius dins el mateix programa, o entre programes.

L'estudi estructura la mostra en quatre bandes horàries (matinal, migdia, tarda i vespre) per a quatre categories de programes (publicitat, producció pròpia en directe, teleinformatius diaris i pel·lícules, documentals o telesèries). Per a cada cadena, i amb aquests paràmetres, s'han pres mostres de 10 minuts per franja i tipologia de programes i per a cada una de les set cadenes generalistes que es veuen a Catalunya, la qual cosa eleva a 2.240 els minuts analitzats. Tècnicament, l'analitzador de nivell de soroll ha pres una mostra cada 0,1 segons. Amb aquests paràmetres s'estima que l'estudi aconsegueix la seva primera finalitat, que és la detecció del problema de manera objectiva, més enllà de les apreciacions pròpies del televident, i la diagnosi de la seva solució. Tanmateix, no es pot atribuir a l'estudi, atès el caràcter i la quantitat de les dades analitzades, una fiabilitat estadística absoluta, sinó més aviat un caràcter demostratiu.

Els resultats de l'estudi, en aquesta línia de diagnosi d'un problema socialment percebut com a tal, estableixen:

1. Totes les cadenes analitzades respecten els límits superiors de nivell del so establerts per la normativa internacional (normes CCIR). Malgrat això, és evident que les molèsties són sentides com a tals.
2. En general, els programes amb un major nivell de senyal són els noticiaris, seguits de molt a prop pels anuncis. En tercer lloc els programes de producció pròpia (directes), i, finalment, les pel·lícules.
3. Existeix un desnivell objectiu entre el volum de la programació i el volum de la publicitat, que en el conjunt de les cadenes i en el cas de

més desnivell (entre pel·lícules i publicitat), es pot situar entorn del 30 per cent. Les causes són *la més alta compressió de la publicitat respecte de la resta de la programació*, fet atribuïble a l'esforç de la producció dels espots per aconseguir una atenció més alta del televident. Podria recomanar-se als productors de cintes publicitàries que rebaixessin els nivells de compressió dels *màsters* publicitaris per tal d'assimilar-los als nivells de la programació, però aquesta recomanació seria ineficaç per la raó esmentada. D'altra banda, el procés d'expansió del so, és a dir, el contrari a la compressió, no té una solució tècnica senzilla amb els sistemes de televisió actuals, per la qual cosa tampoc es pot emprar aquesta mesura per part de les emissores de televisió.

4. En totes les cadenes, excepte les dues de TVC, s'aprecien, a més a més, canvis sobtats de volum en el transcurs d'un mateix programa, segons el moment argumental de què es tracti, així com pics màxims de so que s'eleven molt per sobre de la mitja del mateix programa. Igualment s'observen diferències notables de volum entre diferents programes d'una mateixa cadena. Aquest fenomen és degut a un deficient control de la qualitat del so, defecte esmenable tècnicament amb els mitjans adequats.

Una vegada detectades tècnicament les causes que produeixen en el telespectador les molèsties que són motiu de queixa, la sol·lució que s'apunta en l'estudi és la d'augmentar la compressió de la programació, excepte la publicitat, abans de ser emesa per antena. Aquesta acció pretén minimitzar els desnivells de so entre la publicitat i els programes. No obstant, per tal d'obtenir uns valors de sonoritat equilibrats entre programes, seria necessari realitzar previament per part de cada cadena un

estudi exhaustiu sobre la distribució estadística dels diferents tipus de programes, llevat de la publicitat, i a partir dels resultats de l'estudi, predeterminar uns nivells per al procés de maximització òptims.

És de resaltar que aquest procés de compressió s'aplica sempre en qualsevol producció musical, excepte en música clàssica.

Per poder emetre un senyal d'àudio per televisió, es realitza un procés de compressió del senyal de so per adequar-lo a la dinàmica del canal de transmissió. Les limitacions tècniques de la televisió actual fan imprescindible aquest procés, sense que això pugui comportar un perjudici als drets d'autor. La pròpia Llei de Propietat Intel·lectual, a l'article 92.2, paràgraf segon, contempla aquest cas i disposa: "En los contratos de producción de obras audiovisuales destinadas esencialmente a la comunicación pública a través de la radiodifusión, se presumirá concedida por los autores, salvo estipulación en contrario, la autorización para realizar en la forma de emisión de la obra las modificaciones estrictamente exigidas por el modo de programación del medio, sin perjuicio, en todo caso, del derecho reconocido en el apartado 4º del artículo 14".

En aquest sentit, la propietat intel·lectual de les obres artístiques i les produccions audiovisuals, queden preservades a l'admetre's la necessitat de que la seva difusió per televisió siguin sotmeses a un inevitable procés de compressió del senyal de so, per adequar-lo a la dinàmica del canal de transmissió. Es tractaria, doncs, d'augmentar la sonoritat dins uns valors predeterminats que no comportin una disminució de la qualitat de l'obra que sigui perceptible pel telespectador, en salvaguarda dels drets d'autor. Trobar aquest equilibri és funció dels tècnics de so de cada emissora,

després d'analitzada la distribució dels diferents tipus de programes - llevat, naturalment, de la publicitat - en un estudi estadístic exhaustiu.

Una vegada s'hagi establert aquest equilibri, el procés de maximització - que remarquem, és ineludible realitzar-lo en alguna mesura en el senyal de televisió - no pot de cap manera alterar el contingut freqüencial del senyal ni comportar cap perjudici als legítims drets d'autor.

Per tot això, d'acord amb les solucions apuntades a l'estudi tècnic de referència, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya formula les següents

CONCLUSIONS:

1. Es recomana a les televisions suprimir els desnivells sensibles de so en el transcurs del mateix programa o entre diferents programes, ja que són especialment molestos pels telespectadors.
2. Es recomana a les televisions que, amb caràcter d'urgència, prenguin les mesures tècniques necessàries per tal de minimitzar el màxim possible els desnivells de so entre la publicitat i la resta de la programació. En especial es demana a les televisions que contemplin la viabilitat d'aplicar la solució tècnica apuntada en l'estudi de referència, consistent en que quan es realitzi el necessari procés de compressió de senyal de so de productes audiovisuals per adequar-los a la dinàmica del canal de transmissió, augmentin la compressió dins uns valors predeterminats

amb la finalitat de minimitzar els desnivells entre la publicitat i la programació. Aquesta solució tècnica no ha de comportar una disminució de la qualitat de so que afecti els drets d'autor, ja que un augment de la sonoritat dins uns valors previament establerts, no pot comportar cap modificació, perceptible pels telespectadors, de la qualitat acústica de so que actualment pot oferir un canal de televisió.

3. El CAC manifesta la seva voluntat d'encarregar un segon estudi que incorpori una mostra molt més àmplia de segments de programació i publicitat, i que contempli alhora el problema plantejat, també desde la vessant de la televisió que emet pel sistema digital.

Barcelona, 9 de novembre de 1998

**Dictamen 2/1998 sobre els valors a la programació infantil en
els programes d'animació**

DICTAMEN 2/98

Sobre els valors a la programació infantil en els programes d'animació.

El Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en sessió extraordinària celebrada el dia 16 de novembre de 1998, prèvia deliberació i per unanimitat, d'acord amb allò establert a l'article 12.1.c) de la Llei 8/1996, de 5 de juliol, emet el següent dictamen:

ANTECEDENTS

Avui dia hi ha una gran preocupació social pels continguts de la programació infantil. Molts autors, basant-se en els resultats de nombrosos estudis, defensen l'impacte que les imatges televisives exerceixen sobre els menors d'edat i, malgrat que les opinions dels experts són sovint oposades pel que fa a la direcció o sentit que pren aquesta influència, sí que hi ha un ampli consens en el fet que el que es veu per televisió té efectes en les creences, opinions o actituds de la població infantil.

L'any 1993, es va signar un conveni d'autoregulació de les cadenes de televisió en relació a determinats continguts de la seva programació referits a la protecció de la infància i la joventut, propiciat pel Ministeri d'Educació i Ciència (MEC) i els departaments d'Ensenyament de les diferents comunitats autònomes, amb les següents recomanacions:

Les cadenes de televisió

Primer.- Declaren la seva voluntat d'afavorir, especialment en la programació dirigida al públic infantil i juvenil, els valors de respecte a la persona, de tolerància, solidaritat, pau i democràcia, en el marc establert per la Constitució Espanyola.

Segon.- Acorden afavorir, mitjançant el medi televisiu, la difusió de valors educatius i formatius, cultivant el potencial formatiu de la televisió, sense perjudici a d'altres funcions que té el mitjà televisiu.

Tercer.- Així mateix, declaren la seva voluntat d'evitar la difusió de missatges o imatges susceptibles de vulnerar de manera perjudicial els

valors de protecció a la infància i a la joventut, especialment en relació a :

a) La violència gratuïta ofensiva envers les persones, la seva presència s'evitarà quan contingui una crueltat traumatitzant per al públic infantil i juvenil.

b) La discriminació per qualsevol motiu, per la qual cosa s'evitarà la difusió de missatges atemptatoris per a la dignitat de les persones o que impliqui discriminació i despreci per raó del seu color, raça, sexe, religió o ideologia.

c) Respecte al consum s'evitarà la incitació, directa o indirecta, al consum de tabac, alcohol i drogues.

d) S'evitaran, en els programes propis d'audiència infantil, les escenes d'explícit contingut sexual que no tinguin un valor educatiu i/o informatiu, les quals siguin capaces d'afectar seriosament la sensibilitat dels infants i joves.

e) S'exclourà el llenguatge groller o indecent, així com l'ús deliberadament incorrecte de la llengua.

La Llei d'Ordenació General del Sistema Educatiu (LOGSE), en el títol preliminar recull els següents objectius:

Article 1

b) La formació en el respecte dels drets i llibertats fonamentals i en l'exercici de la tolerància i de la llibertat dintre dels principis democràtics de convivència.

g) La formació per a la pau, la cooperació i la solidaritat entre els pobles.

Article 2

c) L'efectiva igualtat de drets entre els sexes, el rebuig a qualsevol tipus de discriminació, i el respecte a totes les cultures.

d) El desenvolupament de les capacitats creatives i de l'esperit crític.

e) El foment dels hàbits de comportament democràtic.

k) La formació en el respecte del medi ambient.

Durant l'any 1997, a la seu del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, es va formar un grup de treball d'infants i joves, amb la representació de la

UB-Institut de Ciències de l'Educació, Societat Catalana de Pediatria, Teleespectadors Associats de Catalunya, Direcció General d'Atenció a la Infància i Grup d'entitats Catalanes, amb l'objectiu d'analitzar les programacions infantils emeses per televisió. L'esmentat grup va confeccionar una llista de valors i contravalors que s'haurien de tenir en compte en les programacions infantils, d'acord amb el conveni del MEC i la LOGSE.

En la seva reunió plenària del dia 12 de gener de 1998, el Consell va acordar la realització d'un estudi sobre els programes d'animació que s'emeten en totes les cadenes que es reben a Catalunya. La tria de la franja horària es va fer en funció de l'horari escolar i d'acord amb la directiva europea i la seva transposició a l'ordenament de l'Estat Espanyol (llei 25/1994).

La metodologia emprada ha estat especialment dissenyada per a aquesta investigació, per la qual cosa, la seva validació o no, com a mètode correcte d'anàlisi, té especial importància. En aquest sentit, tant el grup de treball com el Consell han arribat a la conclusió que malgrat les dificultats d'objectivització, inherents a l'anàlisi de la representació de missatges, la metodologia de recollida de dades ha confirmat la seva capacitat operativa. Per altra banda, la categorització de valors i contravalors, tot i que es pot considerar globalment acceptable, ha demostrat una eficàcia contradictòria.

D'acord amb l'estudi realitzat, el CAC formula les següents

CONCLUSIONS:

Primer.- Des d'una perspectiva educativa i tenint en compte que la televisió és un element important en la socialització dels infants i joves, cal potenciar la incorporació de produccions europees de dibuixos animats a les programacions infantils de les televisions generalistes, i també en els canals infantils especialitzats, ja que les sèries d'animació europea contenen una major càrrega de valors que de contravalors.

Segon.- D'acord amb la LOGSE, l'objectiu primer i fonamental de l'educació és el de proporcionar als nens/nenes una formació plena que els permeti conformar la pròpia i essencial identitat, així com construir una concepció de la realitat que n'integri alhora el coneixement i la valoració ètica i moral. Aquesta formació plena ha d'anar dirigida al

desenvolupament de les capacitats per a exercir, de manera crítica i en una societat axiològicament plural, la llibertat, la tolerància i solidaritat. Per la qual cosa, aconsellem que es tinguin en compte aquests valors en les programacions infantils. L'escola educa seguint uns paràmetres i les televisions, a més a més d'entretenir, haurien d'educar i formar, si més no, en la mateixa línia.

Tercer.- A la mostra analitzada es denota una manca de representació de valors com: la promoció d'hàbits o actituds saludables, la formació sexual, l'enriquiment del llenguatge verbal, el foment d'actituds antisexistes i antiracistes; es considera oportú la potenciació d'aquests valors dins de les sèries de dibuixos animats.

Quart.- Cal que els programadors de la televisió infantil tinguin en compte, a l'hora de triar sèries de dibuixos animats en els quals la resolució dels conflictes se soluciona exclusivament mitjançant la violència (*per una bona causa, en defensa pròpia...*), que incorporin altres sistemes per a solucionar els conflictes fonamentats en el diàleg, la consideració de les raons de l'altre i la tolerància.

Cinquè.- Les sèries de dibuixos animats contenen una gran càrrega de discriminació per raó del gènere. La forma amb la que es representen aquests contravalors és molt més subtil que a d'altres valors analitzats, però, la seva captació, és més assequible als infants per la projecció de rols que implica en el món real.

Sisè.- Ampliar l'estudi: "*Els valors a la programació infantil*" (dibuixos animats), amb altres estudis que analitzin altres gèneres de la programació televisiva, susceptible de ser visionada pels infants i joves, per exemple les sèries i telesèries; i ampliar l'horari d'anàlisi de les programacions infantils i juvenils fins a les 23 h., ja que és notori que molts joves depassen ampliament la visió de la televisió fora de l'horari de protecció.

Setè.- Crear un grup de treball en el si del CAC, entre tots els sectors implicats: programadors, ensenyants, pares, Universitats, Col·legi de Periodistes i administracions, a fi i efecte de consensuar quins serien els criteris ètics que s'haurien de contemplar en les programacions infantils i juvenils.

Vuitè.- Difondre l'estudi realitzat sobre programació infantil, als sectors implicats com : Televisions, Productores, Centres de Recursos, Federació

de Pares de Catalunya, Col.legis Professionals, Associació de mestres de Rosa Sensat i Associacions de Consumidors i Teleespectadors.

Dictamen 3/1998 sobre la inclusió de les pel·lícules concebudes per a la televisió en els supòsits previstos en l'art. 13.3 de la Llei 25/94, de 12 de juliol, de transposició de la Directiva de Televisió sense Fronteres (talls publicitaris en l'emissió de les obres audiovisuals)

Dictamen 3/98

sobre la inclusió de les pel.lícules concebudes per a la televisió en els supostos previstos a l'art. 13.3 de la Llei 25/94, de 12 de juliol, de transposició de la Directiva de Televisió sense Fronteres (talls publicitaris en l'emissió d'obres audiovisuals).

El Ple del Consell Audiovisual de Catalunya, en sessió plenària celebrada el dia 14 de desembre de 1998, prèvia deliberació i per unanimitat, d'acord amb allò establert a l'article 12.2.a) de la Llei 8/1996, de 5 de juliol, emet el dictamen següent:

ANTECEDENTS :

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en la seva sessió de data 14 de desembre de 1997, va aprovar un informe tècnic (E19/97) sobre les interrupcions publicitàries a les pel.lícules (adequació a l'art. 13.3 de la Llei 25/94).

L'estudi va realitzar-se per a esbrinar el grau de compliment per part dels canals de televisió estatals i autonòmics que es veuen a Catalunya de l'art. 13.3 de la Llei 25/94, que disposa :

“ Las obras audiovisuales, como largometrajes cinematográficos cuya duración programada de transmisión sea superior a cuarenta y cinco minutos, podrán ser interrumpidas una vez por cada período completo de cuarenta y cinco minutos, autorizándose otra interrupción si la duración programada de la transmisión total excede al menos en veinte minutos a dos o más períodos completos de cuarenta y cinco minutos. Estas interrupciones deberán respetar la integridad y el valor de la obra.

Se exceptúan de lo dispuesto en este número las series, seriales y emisiones de entretenimiento, sean o no infantiles, las cuales, cualquiera que sea su duración, podrán ser interrumpidas una o más veces”.

Aquest article és transposició de l'art. 11.3 de la Directiva 89/552/CEE, que estableix :

“La transmisión de obras audiovisuales tales como los largometrajes cinematográficos y las películas concebidas para la televisión (con exclusión de las series, seriales, emisiones de entretenimiento y documentales), cuya duración programada sea superior a cuarenta y cinco minutos, podrá ser interrumpida una vez por cada período de cuarenta y cinco minutos. Se autorizará otra interrupción si la duración programada de la transmisión total es superior en veinte minutos por lo menos a dos o más períodos completos de cuarenta y cinco minutos”.

El mateix text (amb la supressió de la frase “*de la transmisión total*”) es manté com art. 11.3 en la modificació de la nova Directiva de Televisió sense Fronteres 97/36/CE.

Entre l'art. 13.3 de la llei espanyola i l'11.3 de la Directiva no hi ha contradició, si bé es denota la ommissió a la llei espanyola del terme “*películas concebidas para la televisión*” que s'inclou a la Directiva. El CAC, tenint en compte que la Directiva és font d'interpretació de les lleis de transposició i de que aquestes no poden vulnerar el seu contingut, va entendre que l'ommissió de les TV-movies a la Llei 25/94 no havia d'entendre's com una exclusió. A més, la categoria “*obras audiovisuales*” es troba en les dues normes jurídiques, essent “*los largometrajes cinematográficos y las películas concebidas para televisión*” només uns exemples del gènere “*obras audiovisuales*”. Finalment, cal remarcar que dins les exclusions només es fa menció de les sèries, els serials i les emissions d'entreteniment - la Directiva hi afegeix els documentals- , però en cap cas s'exclouen “*las películas concebidas para televisión*”. En conseqüència, el CAC va realitzar l'estudi sobre el compliment de l'art. 13.3 de la Llei 25/94 sobre les “*obres audiovisuales*”, considerant com a tals, tant els llargmetratges cinematogràfics com les pel·lícules concebudes per a la televisió.

Al donar a conèixer als mitjans de comunicació els resultats de l'estudi del CAC, el canal de televisió Telecinco va manifestar a la premsa que l'estudi s'havia realitzat de forma errònia, tota vegada que les “*películas concebidas para televisión*” no estaven compreses en els supòsits de l'art. 13.3 de la Llei 25/94, i que a aquests efectes, no s'havien de confondre les pel·lícules cinematogràfiques i els telefilms. Aquesta cadena fonamentava aquesta afirmació en que a la Llei de Transposició de la Directiva de Televisió sense Fronteres (Llei 25/94) s'havien suprimit els TV-movies,

per la qual cosa estaven excloses del compliment de les previsions de l'art. 13.3.

El CAC es va refermar en els seus criteris jurídics amb que havia afrontat l'estudi -consideració de les pel·lícules concebudes per a televisió com a obres audiovisuals no excloses, a les quals els era d'aplicació les disposicions sobre talls publicitaris de l'art. 13.3 de la Llei 25/94- i va ordenar als seus serveis tècnics la realització de nous estudis sota els mateixos paràmetres.

No obstant això, als efectes de confirmar la seva tesi abans de donar a conèixer els nous estudis sobre talls publicitaris a les pel·lícules, va encarregar a un prestigiós bufet d'advocats especialitzat en la matèria un estudi jurídic en profunditat sobre la qüestió esmentada. Com a resultat d'aquest encàrrec, l'esmentat gabinet jurídic ha elaborat un extens i fonamentat Dictamen Jurídic sobre l'àmbit d'aplicació de l'art. 13.3 de la Llei 25/94, que confirma plenament la tesi del CAC.

Les conclusions d'aquest dictàmen es transcriuen íntegrament a continuació :

“A la vista de la argumentación jurídica desarrollada a lo largo del presente Dictamen, deben sentarse las siguientes conclusiones:

A. Que el artículo 13.3 párrafo primero debe interpretarse conforme a la letra y finalidad de las Directivas comunitarias de TV sin fronteras, y que en esa medida no puede entenderse excluidas del ámbito de aplicación de dicho artículo a las películas concebidas para televisión, por estar expresamente recogidas en las dos Directivas y ser la finalidad perseguida con ello la salvaguarda de los intereses del telespectador, que claramente se vulnerarían si no se sometiesen a las películas producidas para televisión a los límites y condiciones de publicidad establecidas en el mismo artículo;

B. Que tal afirmación se mantiene igualmente cuando se recurren a los criterios de interpretación del Derecho del Código Civil español, en el sentido de que atendiendo al sentido propio de las palabras del artículo en cuestión de la Ley, al contexto en el que se sitúa, a los antecedentes del mismo, y al espíritu y finalidad del mismo, la conclusión no es otra que entender incluidas en el artículo 13.3 de la

Ley a las películas concebidas para televisión (de duración superior a 45 minutos y distintas a las series, seriales y emisiones de entretenimiento), y por tanto sujetas también al régimen de inserciones publicitarias que dicho artículo establece;

Comunicándole, por tanto, al Consell de l'Audiovisual de Catalunya que :

Sí es de aplicación el art.13.3 párrafo primero de la Ley de TV sin fronteras a las "películas concebidas para la televisión", y que la omisión de las mismas en la redacción de tal artículo nunca ha de considerarse como una exclusión de éstas del espíritu y régimen previsto por la norma sino que ha de entenderse subsanada la misma con la interpretación de tal precepto a la luz de la letra y resultado querido y pretendido por las Directivas de TV sin fronteras (Primera y Segunda), así como con la integración de la misma con los criterios de interpretación del Derecho del Código Civil".

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya vol fer constar de que té coneixement de que la supressió de "las películas concebidas para la televisión" de l'art. 13.3 de la Llei 25/94 va ser fruit, en el seu moment, d'un compromís "polític" entre l'Administració espanyola i els operadors de televisió, afavorint-se per tant a aquestes en perjudici dels telespectadors, ja que les determinacions de l'art. 11.3 de la Directiva tenen la finalitat de protegir els usuaris de la televisió, com es desprèn del següent paragraf del preàmbul :

"Considerando que, para asegurar de forma completa y adecuada la protección de los intereses de los consumidores como telespectadores, es básico que la publicidad televisiva se someta a un cierto numero de normas mínimas y de criterios y que los Estados miembros tengan la facultad de fijar reglas más detalladas o más estrictas y, en determinados casos, condiciones diferentes para los organismos de radiodifusión televisiva que dependan de su competencia".

En virtut de tot l'anterior, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, per unanimitat, formula la següent

CONCLUSIÓ :

Única. Les pel·lícules concebudes per a la televisió, també anomenades TV-movies o telefilms, no estan exceptuades del compliment del que disposa l'art. 13.3 de la Llei 25/94, de transposició de la Directiva de Televisió sense Fronteres 89/552/CEE, sobre interrupcions publicitàries de les obres audiovisuals, havent-se d'assimilar a aquests efectes al que es disposa pels llarmetratges cinematogràfics.

Barcelona, 14 de desembre de 1998.

Decisió 1/1998 relativa a l'espai "BARBIE TEVE"

DECISIÓ 1/1998, de 6 d'abril
(Reclamació número: R 6/97)

El Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya en la sessió celebrada el dia 6 d'abril de 1998, prèvia deliberació i per unanimitat, d'acord amb allò que estableix l'article 12.2.a de la Llei 8/1996, de 5 de juliol, emet la decisió següent:

ANTECEDENTS

1. Mitjançant escrit registrat en aquest Consell l'11 de desembre de 1997, la senyora Miriam Gilboy va formular un reclamació que es fonamenta en els fets següents:

Dins el programa "Mucha Marcha", emés per TVE2, el dia 26 de novembre de 1997, a les 14 hores, s'inclou un espai anomenat "BARBIE TEVE", en el qual es fa servir animació figurada sense fer-hi cap indicació en pantalla.

2. Admesa a tràmit la reclamació, els Serveis del Consell varen visionar el vídeo de l'espai esmentat i varen constatar que en un moment determinat apareix una nina anomenada Shelly, que camina sola damunt d'una taula i que rep un vestit que li dona una altra nina, que en l'argument de l'espai es presenta com la seva germana, anomenada Barbie. Es veu el moviment de la mà d'aquesta nina i de l'altra que li agafa el vestit i se l'emprova. Les nines es mouen per si mateixes, sense que aparegui cap mà que les ajudi a fer-ho i sense indicar que es tracta d'animació figurada.

3. En data 10 de febrer i de 5 de març de 1998, el Comitè de Coordinació va analitzar l'informe elaborat pels serveis del Consell de l'Audiovisual de Catalunya i va acordar sotmetre la corresponent proposta de decisió a la Comisió de Relacions Sectorials, que va emetre el seu informe favorable en data 23 de març de 1998.

4. En data 6 d'abril de 1998, el President del Consell va presentar la corresponent proposta de decisió al Ple del Consell.

FONAMENTS

1. L'espai "BARBIE TEVE" és un programa de curta durada, aproximadament 10 minuts, realitzat per l'empresa "Bassat Ogilvi & Matter", per compte de l'empresa promotora "Mattel España, S.A.". L'espai de referència s'inserta dins el programa "Mucha Marcha", que s'adreça específicament als menors i que és emès per TVE2.

Tot i que l'espai "BARBIE TEVE" adopta la forma externa d'una pel·lícula d'animació, en la qual es presenta a les nines en situacions diverses, és clar que la seva finalitat s'ha de considerar una emissió publicitària en el sentit de l'article 3.b) de la Llei 25/1994, de 12 de juliol.

2. En tractar-se d'un espai publicitari de joguines, l'exigència del requisit de veracitat en la presentació dels béns esdevé més rigurosa, per tal d'evitar el recurs abusiu de determinades tècniques que poden induir a confusió als destinataris del missatge. Per això, diversos codis deontològics de publicitat inclouen disposicions específiques relatives a la publicitat de joguines. Així, l'apartat 5è dels principis generals edl codi deontològic de la publicitat infantil, signada per l'Associació Espanyola de Fabricants de Joguines i les Associacions de Consumidors i usuaris, estableix que,

"Los comerciantes deben extremar sus cuidados para no inducir a error a los niños/as. Un anuncio no debe, directa o indirectamente, estimular unas expectativas poco razonables sobre la calidad del producto o sobre sus prestaciones. Hay que comprender que los niños/as tienen imaginación y que el juego de la simulación constituye una parte importante de su crecimiento; los anunciantes no deben explotar la capacidad imaginativa de los niños/as."

En el mateix sentit, l'article 26, apartat E, del Codi de Conducta Publicitària, aprovat per l'Associació d'autocontrol de la publicitat, disposa que,

"Es tindrà especial cura a assegurar que els anuncis adreçats als nens no han d'induir a error pel que fa al seu tamay real, valor, naturalesa, durabilitat i rendiment del producte anunciat."

Les Normes Reguladores de l'emissió de publicitat per TVE SA, aprovades pel Consell d'Administració de l'Ens Públic (BOE n. 95 de 20.04.1990), en el seu apartat 13.b. estableixen que:

“En las demostraciones del uso de los juguetes quedará muy claro si se accionan de manera manual o mecánica, evitando a los niños cualquier confusión derivada de los efectos de animación de los anuncios”.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya va emetre el dictamen 2/97, de 2 de juny, en el qual es formulaven diverses recomanacions relatives a la publicitat de joguines. La recomanació adreçada als fabricants i publicistes diu, textualment:

“La publicitat de joguines ha de ser clara i no dur a confusió als infants. La publicitat de joguines ha de tenir una cura especial a evitar que l'infant no es decebi en fer-se una idea errònia del seu aspecte, qualitat, mida o capacitat. Així es recomana no conferir moviment a cap joguina o part d'aquesta, si no forma part dels seus atributs reals. En el cas de nines i ninots, caldria presentar, per exemple, la mà que els mou. En el cas de les construccions, l'acció d'encadellar”.

3. En l'espai publicitari “BARBIE TEVE” hi ha seqüències en què apareix una mà com element que activa el moviment de les nines, però en altres seqüències s'utilitza la tècnica d'animació figurada per a representar unes accions que les nines no poden realitzar d'una manera autònoma per sí mateixes. Sembla evident que en totes aquestes situacions caldria representar la mà que les activa o indicar en pantalla que el moviment de les nines és animació figurada, per evitar la confusió dels menors respecte les qualitats de les joguines.

Per tot l'anterior, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya,

HA DECIDIT

Primer.- L'espai publicitari “BARBIE TEVE” ha incomplert la recomanació emesa pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya en el seu Dictamen 2/97, de 2 de juny, en conferir moviment a la joguina, tot i que aquest moviment no forma part dels seus atributs reals i en prescindir en seqüències concretes, de la representació de la mà que les mou o indicar en pantalla que es tracta d'animació figurada.

Segon.- En conseqüència, es considera plenament fonamentada la reclamació formulada per la senyora Miriam Gilboy, si bé no es considera oportú denunciar el fet al Ministeri de Foment, tota vegada que no hi ha antecedents de reiteració d'aquesta conducta, avaluant-se suficient comunicar-ho al mitjà de comunicació afectat per a la seva correcció.

Tercer.- Aquesta decisió es comunicarà a la senyora Miriam Gilboy. En absència de consell audiovisual amb competència a l'Estat espanyol, es dóna trasllat d'aquesta decisió al Director general de l'Ens Públic de RTVE, al President del Consell d'Administració de l'Ens Públic de RTVE, i al Director del programa "Mucha Marcha".

Barcelona, 23 d'abril de 1998

Decisió 2/1998 relativa al programa de TV3 “Ja hi som”

Decisió 2/1998, de 18 d'abril
(Reclamació número: R 1/98)

El Ple del Consell de L'Audiovisual de Catalunya en la sessió celebrada el dia 18 d'abril de 1998, prèvia deliberació i per unanimitat, d'acord amb allò que estableix l'article 12.2.b) de la Llei 8/1996, de 5 de juliol, emet la decisió següent:

ANTECEDENTS

1. En data 2 de febrer de 1998, el senyor Jordi Borrás i Castel i la senyora Montserrat Subirana, s'adrecen al Consell de l'Audiovisual de Catalunya manifestant la seva queixa pel programa de TV3 "Ja hi som", emès el dia 1 de febrer i dirigit pel senyor Alfons Arús, atès que en el marc d'un concurs dins el programa de referència, programa que era gravat amb anterioritat a la seva emissió, es va establir el següent diàleg entre el presentador i una nena de curta edat que hi participava:

“- Qui és el teu xicot?

- ...no recordo el nom, però ara ja no ho és, perquè és un guarro, sempre vol que li xupin la pixirra...”

Els autors de la queixa consideren que l'actitud del presentador en estimular aquest tipus de diàlegs evidencia una falta de respecte al món de la infància i una vulneració dels drets dels nens que no es pot emparar en la llibertat d'expressió.

2. En la seva reunió plenària del 23 de març, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, de conformitat amb allò establert a l'article 12.2. b) de la Llei 8/1996 de 5 de juliol, acordà donar tràmit a l'esmentada reclamació.

3. En data 3 d'abril de 1998, el president del Consell es dirigeix al Director General de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, senyor Jordi Vilajoana i Rovira; al Director de Televisió de Catalunya, senyor Lluís Oliva i Vázquez de Novoa; al Director del programa "Ja hi som!", senyor

Alfons Arús, donant trasllat de la queixa del senyor Jordi Borrás i senyora Montserrat Subirana i donant al senyor Arús un termini per a presentar les seves al·legacions. S'ha rebut resposta per part del senyor Josep Lluís Vilaseca i Requena, Cap d'Assessoria Jurídica i apoderat de Televisió de Catalunya, que en escrit de data 28 d'abril de 1998, al·lega que, les manifestacions realitzades per la menor s'han d'entendre emparades en l'article 11.2 de la Llei 8/1995, de 27 de juliol, d'atenció i protecció als infants i adolescents i de modificació de la Llei 37/1991, de 30 de desembre, sobre mesures de protecció dels menors desemparats i de l'adopció, com a exercici de l'expressió de llur opinió en afers que li afecten; que el programa, i més concretament, el concurs que objecte de la queixa, en cap cas es pot titllar d'un espai

televisiu que, per la seva estructura i funcionament, pugui atemptar contra els infants i la dignitat de les persones, més tenint en compte que la presència d'infants i les entrevistes que es fan als mateixos, tenen el consentiment dels pares i que el cas objecte de la queixa no es troba afectat a la Llei 8/1995, que prescriu que els mitjans de comunicació social han d'evitar de difondre el mon, la imatge o les dades que en permetin la identificació d'infants o adolescents, entre d'altres supòsits, quan es divulgui qualsevol fet relatiu a llur vida privada que n'afecti la reputació i el bon nom.

FONAMENTS

Del visionat del programa es despren que les escenes que són objecte de reclamació estaven previament gravades, la qual cosa implica que no es van produir de forma inevitable com quan els programa s'emet en directe.

L'aplicació de l'article 11.2. de la Llei 8/95 d'atenció i protecció dels infants i adolescents a les manifestacions de la nena anomenada Alba, que al·lega el representant legal de Televisió de Catalunya, S.A., es de difícil encaix al cas que ens ocupa, ja que no creguem que les manifestacions de la menor responguin a la necessitat d'expressar una opinió sobre un tema que l'afecta en els seus drets, sinó que es limita a contestar una pregunta

que li fa el presentador del programa que difícilment un menor d'edat es resisteix a contestar. No es tracta, per tant, de la lliure expressió d'una opinió, sinó de valorar l'oportunitat de la seva difusió en un programa d'audiència infantil. Entenem que si el programa s'hagués emés en directe, cap responsabilitat cabria atorgar a la seva realització. Però podria haver-se evitat la difusió atenent a que l'entrevista havia estat prèviament gravada.

2. Amb independència, doncs, de que sigui opinable la correcció de l'emissió en horari infantil de la frase relativa a que la nena Alba ja no té novio "perqué és un guarro (..) perquè sempre vol xupar la pixirra", si seguim amb les següents seqüències de la mateixa "entrevista gravada", haurem de conclure que es vulnera l'article 36.6 de la Llei 8/95 quan el presentador del programa pregunta com es deia el nen que havia deixat de ser el "novio" d'Alba. I a la resposta que aquest nen es diu Adrià, el presentador del program insisteix: "Adrià que més?", a la qual cosa Alba contesta amb el nom i el cognom del nen, cosa que l'identifica plenament davant el seu entorn social, els més que probables espectadors companys d'escola o coneguts dels infants.

Entenem que aquesta identificació és subsumible en l'últim insert de l'article 36.6 de la Llei 8/95, que prescriu que els mitjans de comunicació han d'evitar difondre el nom dels infants "quan es divulgui qualsevol fet relatiu a llur vida privada que n'afecti la reputació i el bon nom". És evident que al nen Adrià en res l'afavoreix la difusió del seu

nom lligat als fets que l'Alba l'imputa i que això pot causar-li problemes de desenvolupament en el medi social en què es mou, especialment a l'escola.

Per tot l'anterior, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya,

HA DECIDIT:

Primer: Considerar que el programa "Ja hi som" emés el dia 1 de febrer de 1998 no ha tractat correctament l'entrevista de la nena anomenada Alba,

tota vegada que estava “previament gravada” i, en conseqüència, s’hagués pogut evitar la difusió de la part en que aquesta nena explica en un programa difós en horari infantil i dedicat especialment als menors d’edat, les raons que l’han dut a “deixar el seu novio”.

Segon: Considerar que la identificació d’un menor en l’esmentat programa “gravat” relacionant-lo amb fets que poden afectar la seva reputació dins el medi social en què es desenvolupa vulnera l’article 36.6 en el seu incís final.

Tercer: Comunicar aquesta resolució als denunciants.

Quart: Comunicar aquesta decisió al Director General de la CCRTV, al Director de Televisió de Catalunya, S.A. i al Director del programa “Ja hi som!” per tal de que, en el successiu, vetllin perquè les escenes prèviament gravades no continguin incorreccions que puguin afectar la reputació o la intimitat dels menors.

Barcelona, 18 d’abril de 1998.

Decisió 3/1998 relativa a l'emissió de curses de braus en horari infantil

DECISIÓN 3/1998, de 15 de junio
(Reclamación número: R8/98)

El Pleno del Consejo de lo Audiovisual de Cataluña en la sesión celebrada el día 15 de junio de 1998, previa deliberación y por unanimidad, de acuerdo con lo establecido en el artículo 12.2.b) de la Ley 8/1996, de 5 de julio, emite la siguiente decisión:

ANTECEDENTES

Mediante escrito registrado el día 19 de mayo de 1998, el señor Gustavo Salen, vicepresidente de la Asociación Nacional para la Protección y el Bienestar de los Animales, se dirige al Consejo manifestando la preocupación de la Asociación a quien representa, por la emisión en la televisión pública de corridas de toros en horario infantil, considerando que la violencia del espectáculo puede repercutir negativamente en la formación moral de los niños, y solicitando el apoyo del Consejo a la propuesta de excluir la emisión de estos espectáculos del horario infantil.

Admitida a trámite la solicitud, el Comité de Coordinación, en su sesión del día 21 de mayo, elaboró la propuesta de decisión que fue informada favorablemente por la Comisión de Medios de Comunicación y la Comisión de Publicidad y Relaciones Sectoriales en su reunión conjunta del día 25 de mayo.

En fecha 15 de junio el Presidente, presentó la correspondiente propuesta de decisión al Pleno del Consejo.

FUNDAMENTOS

1. La Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión, prohíbe las emisiones de televisión que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores. Por contra, las emisiones que sean susceptibles de provocar un perjuicio a los menores no son objeto de una prohibición expresa, si bien sólo podrán realizarse entre las veintidós y las

seis horas. La Ley alude específicamente a los programas que contengan escenas de pornografía o violencia gratuita, como categorías de programas susceptibles de provocar un perjuicio a los menores. La Ley 25/1994, se aplica tanto a las televisiones públicas como a las privadas.

2. Por otro lado, debe tenerse en cuenta que los espectáculos taurinos han sido objeto de una específica regulación legal contenida en la Ley 10/1991, de 4 de abril y en el Reglamento de estos espectáculos, aprobado por el Real Decreto 145/1996, de 2 de febrero. Los espectáculos taurinos se inscriben, por tanto, en una determinada tradición cultural que es objeto de reconocimiento y protección legal, sin perjuicio de la libre opinión que cada uno puede tener de este tipo de espectáculos.

3. Por todo ello es criterio de este Consejo que no debe adoptarse ninguna medida de regulación adicional orientada a la protección de los menores que prohíba o restrinja incondicionalmente determinadas emisiones de espectáculos que son de libre acceso en la sociedad o cuyo acceso se encuentra específicamente restringido a determinadas franjas de edad y en condiciones determinadas. Lo que es legal fuera de la televisión debe ser también legal en ésta.

Además, existen medidas menos restrictivas que pueden considerarse más eficaces, como los sistemas de señalización y el control paterno en los sistemas de acceso condicional.

En el caso de la televisión tradicional, pública y privada, la protección de los menores se basa en el horario de difusión de los programas, lo que no obsta para que, sobre una base voluntaria, se establezcan sistemas de señalización que tienen por objeto informar a los telespectadores sobre la naturaleza de los programas susceptibles de perjudicar a los menores. Estos sistemas pueden facilitar el ejercicio del control responsable por parte de padres y educadores.

Por todo lo anterior, el Consejo de lo Audiovisual de Cataluña,

HA DECIDIDO:

Primero. Debe ser el legislador el que establezca las restricciones relativas al acceso de los menores a los espectáculos taurinos y, en su caso, a la emisión de los mismos por la televisión, si bien, en tanto no exista una prohibición expresa, pueden instrumentarse medidas menos restrictivas

como la adopción de un sistema de señalización de los programas que puedan perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores.

Segundo. Cabe indicar no obstante que, en base a las previsiones contenidas en la Ley 10/1990, de 15 de junio, sobre la policía de los espectáculos, las actividades recreativas y los establecimientos públicos y en la Ley 8/1995, de 27 de julio, de atención y protección de los niños y adolescentes la Dirección General del Juego y Espectáculos del Departamento de Gobernación de la Generalitat de Catalunya ha anunciado en la prensa que está preparando una reglamentación específica para los espectáculos taurinos en relación a los menores. Cuando esta reglamentación sea aprobada, el Consejo de lo Audiovisual de Cataluña, elaborará un dictamen sobre la necesidad de incorporar a la programación de las televisiones las restricciones relativas a los menores que se deriven de la reglamentación vigente.

Tercero. Esta decisión se comunicará a la Asociación Nacional para la Protección y el Bienestar de los Animales.

Barcelona a 15 de junio de 1998

Decisió 4/1998 relativa a un anunci de l'empresa Fotoprix

DECISIÓ 4/98, de 6 de juliol
(Reclamació número:R 7/98)

El Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en la sessió celebrada el dia 6 de juliol de 1998, prèvia deliberació i per unanimitat, d'acord amb allò que estableix l'article 12.2.a) de la Llei 8/1996, de 5 de juliol, emet la decisió següent:

ANTECEDENTS

1. Mitjançant escrit registrat en aquest Consell el dia 11 de maig de 1998 i tramès per l'Oficina Municipal d'Informació al Consumidor de l'Ajuntament de Barcelona, el senyor José M. Oriol de Nadal va formular una reclamació que es fonamenta en els fets següents:

El dia 13 d'abril de 1998 va ésser emès per televisió un anunci de l'empresa "Fotoprix" en el qual es podia veure una fila de persones amb transtorns evidents de creixement que, en l'argument de l'anunci, esperaven ser "ampliats" en un 30%.

2. Admesa a tràmit la reclamació, el Comitè de Coordinació del Consell va procedir a visionar el video de l'anunci i va emetre l'informe corresponent.

3. En data 25 de maig de 1998, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en la reunió conjunta de la Comissió de Mitjans de Comunicació i de la Comissió de Publicitat i Relacions Sectorials, va acordar donar trasllat a l'empresa "Fotoprix" de la reclamació formulada per tal que formulés les alegacions que estimés oportunes.

4. En data 19 de juny de 1998, va tenir entrada en aquest Consell, l'escrit signat pel senyor Xavier Grau, Director de Marketing, actuant en nom i representació de "Fotoprix", en el que manifestava que l'empresa havia pres la decisió de retirar definitivament l'emissió del spot objecte de reclamació i lamentava que l'anunci hagués provocat interpretacions com l'expressada en l'escrit del senyor Josep M. Oriol de Nadal, tot indicant que els actors que hi apareixien eren professionals i que, en cap moment, la

campanya ha pretès utilitzar a persones disminuïdes per a burlar-se de les seves deficiències.

5. En data 25 de juny de 1998, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya va informar favorablement la proposta de decisió sobre l'anunci de referència.

6. En data de 6 de juliol de 1998, el President del Consell va presentar la corresponent proposta de decisió al Ple del Consell.

FONAMENTS

1. L'anunci de l'empresa "Fotoprix" és un spot d'estructura convencional en el qual apareixen diverses persones afectades de nanisme, és a dir, de pes i de talla inferior al normal, formant una fila i text sobreimprès que diu: "tus fotos un 30% más grandes. Fotoprix, lo mejor en foto".

2. Sembla que l'argument del spot combina, tant en la seva imatge com en el text escrit, dos elements per tal de publicitar una determinada oferta en matèria de revelat de fotografies: els trastorns del creixement i una oferta d'ampliació en un 30% de les fotografies.

La utilització de disfuncions orgàniques, que afecten a col·lectius concrets de persones que s'identifiquen precisament a partir de la seva diversitat, per a finalitats publicitàries com la que és objecte de la present reclamació, vulnera el principi de dignitat de la persona recollit en l'article 3 de la Llei 34/1988, d'11 de novembre, general de publicitat, que qualifica d'il·lícita la publicitat que atenti contra la dignitat de la persona o vulneri els valors i drets reconeguts en la Constitució.

3. Cal destacar que l'empresa "Fotoprix" ha senyalat en el seu escrit d'al·legacions que malgrat no haver tingut la intenció de referir-se en to pejoratiu de les deficiències de les persones amb trastorns del creixement ha procedit a retirar definitivament l'anunci i ha expressat les seves disculpes per no haver valorat convenientment l'impacte que podia haver provocat la campanya publicitària.

Per tot l'anterior, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya,

HA DECIDIT

Primer.- L'espot de l'empresa "Fotoprix" ha incomplert l'article 3 de la Llei General de Publicitat en vulnerar el principi de dignitat de la persona, ja que utilitza una disfunció orgànica que afecta a un col·lectiu de persones perfectament caracteritzat amb una finalitat merament publicitària, sense consideració i el respecte deguts a aquella situació en la qual es troben les persones afectades per trastorns del creixement.

Segon.- En conseqüència, es considera plenament fonamentada la reclamació formulada pel senyor José M. Oriol de Nadal. No obstant això, i atès que l'anunci ha estat retirat a iniciativa de la pròpia empresa "Fotoprix" no es considera necessari realitzar cap actuació posterior, a no ser de constatació de la bona actitud de l'esmentada empresa en la solució de l'afer.

Tercer.- Aquesta decisió es comunicarà al senyor José M. Oriol de Nadal i a l'empresa "Fotoprix".

Barcelona, 6 de juliol de 1998

Decisió 5/1998 relativa a un anunci de l'empresa Mapfre S.A.

DECISIÓ 5/98, de 2 de novembre
(Reclamació número : 4/98)

El Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en reunió celebrada el dia 2 de novembre de 1998, prèvia deliberació i per unanimitat, d'acord amb allò que estableix l'article 12.2.b) de la Llei 8/1996, de 5 de juliol, emet la decisió següent:

ANTECEDENTS

1. Mitjançant escrit registrat en aquest Consell el dia 26 de març de 1998 i tramès per l'Oficina Municipal d'Informació del Consumidor de l'Ajuntament de Barcelona, la senyora Angela Hernández i Collados va formular una reclamació que es fonamenta en els fets següents:
 - En el decurs del mes de març ha estat emès un anunci de l'empresa asseguradora Mapfre, SA, en el qual apareix un gran nombre de persones practicant el salt de pont, anomenat ponting, i una veu en *off* que diu: "¡Vive!". L'anunci s'emet en qualsevol franja horària, per la qual cosa considera que pot resultar una publicitat perjudicial per als menors atès que d'alguna manera estimula la pràctica d'una activitat que no es pot considerar esportiva i que comporta un perill evident per a la integritat física de les persones.
2. Admesa a tràmit la reclamació, el Comité de Coordinació del Consell va procedir a visionar el vídeo de l'espot publicitari en qüestió i va acordar sol·licitar un informe a la Secretaria General de l'Esport del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya. En data 27 de juliol de 1998, la Secretaria General de l'Esport va emetre l'informe sol·licitat.
3. En data 2 de novembre de 1998, el President del Consell va presentar la corresponent proposta de decisió al Ple del Consell.

FONAMENTS

1. L'anunci de l'empresa Mapfre és un spot d'estructura convencional en el qual es mostra una renglera de persones que ocupen tota la llargada d'un pont mentre una veu en *off* diu: "*Si tuviera otra vez la vida por delante no intentaria ser tan perfecto. Haria más viajes. Iria a más lugares, a donde nunca he ido. Subiria más montañas. Nadaria más rios. Contemplaria más atardeceres. Procuraria tener solamente buenos momentos....¡VIVE!*"

La càmera enfoca la gent mes aprop i es veu l'acció de dues persones saltant. A la següent imatge, en la perspectiva desde terra, es veu la renglera de gent que es llença alhora al buit. Aquesta imatge dura pocs segons, només permet captar la silueta, vista de molt lluny, de les persones amb un tros de corda que els tiba els peus. No es veu la sacsejada final de la corda perquè a aquesta imatge la substituirà immediatament un grup de gavines en ple vol. La frase final seria: MAPFRE. Aseguramos tu calidad de vida.

2. De l'escrit de la persona reclamant es pot deduir que l'anunci de Mapfre podria vulnerar l'article 9 de la Llei 25/1994, de 12 de juliol, relatiu a la publicitat il·lícita. Efectivament, d'acord amb allò establert en l'esmentat article, es considera il·lícita la publicitat televisiva que fomenti comportaments perjudicials per a la seguretat de les persones o la realització de conductes imprudents. Cal examinar, doncs, si el contingut del missatge publicitari o la seva forma de presentació es poden considerar com a foment d'una conducta perjudicial per a la seguretat o una conducta imprudent. L'anunci exhibeix, durant uns breus segons, i en diversos planols, vàries persones que es llancen d'un conegut pont, combinant imatges fictícies i imatges reals. Aquestes seqüències han de ser interpretades, no d'una manera aïllada, sinó dins el conjunt de l'anunci, que presenta l'oferta d'una companyia d'assegurances vinculant-les a la realització de determinades activitats lúdiques. En cap cas, sembla que el missatge publicitari tingui per objecte fomentar, és a dir, promoure, impulsar o estimular les conductes a les quals s'al·ludeix en el text en *off* o en les imatges.

D'altra banda, la practica del salt de pont no es pot incloure dins els comportaments perjudicials per a la seguretat o pura i simplement imprudents, a què fa referència la llei 25/1994. Per comportament perjudicial per a la seguretat cal entendre aquella conducta que comporta en si mateixa un dany o un risc socialment i legalment no

acceptat. Així mateix conducta imprudent és aquella que es realitza sense tenir en compte les precaucions socialment exigibles per tal d'evitar la producció d'un dany.

És clar que el salt de pont és una activitat que comporta un grau de risc, però cal tenir en compte que es tracta d'una pràctica esportiva d'esbarjo que, tot i no tenir una específica reglamentació com a modalitat esportiva, és objecte d'un cert reconeixement normatiu en contemplar-la com una modalitat de les activitats esportives d'esbarjo i turístiques d'aventura en l'Ordre de 10 d'abril de 1991, que desenvolupa el Decret 81/1991, de 25 de març, que estableix els requisits que han de reunir les empreses dedicades a aquestes activitats. Així es defineix el salt de pont com a pràctica esportiva que consisteix a llançar-se des d'un pont, subjectat per una corda elàstica que deixa suspès el saltador en l'aire. Per això el salt de pont té la consideració legal de pràctica esportiva i per tant no es pot assimilar a les conductes perjudicials per a la seguretat o imprudents a que al·ludeix la llei 25/1994, per tal de configurar els diversos supòsits de publicitat il·lícita.

3. Des d'una perspectiva deontològica, la norma 8 de les normes deontològiques del Codi de Conducta Publicitària aprovat per l'Associació d'Autocontrol de la Publicitat, en data 19.12.96, estableix que " la publicitat no haurà de mostrar o encoratjar pràctiques perilloses, llevat que ho faci en un context en què precisament es pugui deduir que fomenta la seguretat". La norma no solament prohibeix el foment de les pràctiques perilloses sino que resta també prohibida la mera exhibició. No obstant, la prohibició s'exceptua quan l'exhibició de pràctiques perilloses es realitza en un context en que l'objecte del missatge esdevé, precisament, el foment de la seguretat. Són traslladables aquí, plenament, les consideracions fetes anteriorment en relació a la naturalesa de la pràctica esportiva que gaudeix no solament d'acceptació social sino, fins i tot, de reconeixement normatiu. D'altra banda, l'objecte del missatge publicitari de l'empresa Mapfre es situa en el context de foment de la seguretat al qual al·ludeix la referida norma deontològica ja que precisament té per finalitat publicitar la cobertura de determinats riscos per tal de reduir la inseguretat derivada de l'exposició als mateixos.

Per tot l'anterior, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya

HA DECIDIT

Primer : Desestimar la reclamació presentada per la senyora Angela Hernández i Collados.

Segon : Comunicar aquesta decisió a la reclamant i a l'empresa anunciant.

Barcelona, 2 de novembre de 1998

**Decisió 6/1998 relativa al programa d'Antena 3 Televisió
"Sabor a tí"**

DECISIÓ 6/98

El Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en reunió celebrada el 16 de novembre de 1998, prèvia deliberació i per unanimitat, d'acord amb allò que estableix l'article 12.2.b) de la Llei 8/1996, de 5 de juliol, emet la decisió següent:

ANTECEDENTS

1. Per escrit datat el 4 de novembre, el senyor L.M.G., va formular una reclamació que es fonamenta en els següents fets:

El dia 27 d'octubre de 1998, en el programa d'Antena-3TV "*Sabor a ti*" presentat per la Sra. Rosa Quintana, unes senyores van explicar com van sofrir enganys amorosos per part dels seus marits. Entre aquestes senyores, es trobava la seva ex-dona, la Sra. J.M.M., de la qual està divorciat fa dotze anys mitjançant un procés judicial de mutu acord. Durant el transcurs de l'entrevista, com a resposta a la presentadora que formulava diverses preguntes sobre els fets ocorreguts abans de la seva separació, la Sra. M. va explicar històries íntimes de la seva anterior vida matrimonial, al seu parer incertes en el seu contingut, fent al·lusió en més de deu vegades a ell i a la seva esposa actual, anomenant-los pel seu nom i cognom, oferint a més detalls pels quals els poden identificar a ambdós fàcilment, tant a Tarragona, on viuen actualment, com a Puertollano, vila originària de la seva esposa. Segons indica el reclamant, l'entrevista està carregada d'ironies i de rialles, tant per part de la presentadora com pel públic assistent.

Segueix queixant-se el reclamant que, des del mateix dia de l'emissió del programa, ha rebut trucades de familiars i amics escandalitzats pels fets esmentats anteriorment. Per aquest motiu, considera que l'han perjudicat tant pel que fa a la seva imatge personal com als seus interessos professionals.

El reclamant sol·licita al CAC que realitzi les gestions oportunes que cregui que corresponguin o, en altre cas, l'informi si pot interposar denúncia per mitjà d'una altra administració que sigui la competent, i se l'indiqui si pot ser compensat moral i econòmicament.

2. El dia 6 de novembre, el Comité de Coordinació del CAC va admetre a tràmit la reclamació i va procedir al visionat de l'esmentat programa.

3. El dia 16 de novembre, el President va presentar la corresponent proposta de decisió al Ple del Consell, el qual va aprobar la present decisió.

FONAMENTS

Primer.- L'art. 7.3 de la Llei Orgànica 1/82, de 5 de maig, de Protecció Civil del Dret a l'Honor, a la Intimitat personal i familiar i a la Pròpia Imatge, considera intromissió il·legítima en els drets de la personalitat : "*la divulgació de fets relatius a la vida privada d'una persona o família que afectin la seva reputació i bon nom...*"

Segon.- Els serveis tècnics del CAC, així com el Ple del Consell, han visionat del programa "Sabor a tí" del dia 27 d'octubre de 1998 i han constatat la veracitat dels fets que han estat motiu de reclamació, mitjançant els quals el reclamant pot ser identificat, així com la seva actual esposa, podent aquesta conducta subsimir-se en la intromissió indicada al fonament anterior.

Tercer. Que l'exercici de les reclamacions per intromissió als drets de la personalitat de l'art. 7 de la Llei 1/82 són personalíssims, per la qual cosa la legitimació per acudir a la via judicial correspon únicament a qui es pugui veure afectat per una intromissió il·legítima en l'àmbit protegit per l'esmentada llei.

HA DECIDIT:

Primer.- Indicar al reclamant que el dret fonamental a la intimitat personal i familiar es troba protegit per la Llei 1/82, de Protecció Civil a l'Honor, la Intimitat personal i familiar i a la Pròpia Imatge, podent ser subsumible la seva reclamació en la intromissió de l'art. 7.3.

Segon.- Que pot exercitar l'acció judicial civil corresponent mitjançant el procediment abreviat o sumari establert en la Llei 62/78, de Protecció Judicial dels Drets Fonamentals., sens perjudici del procediment ordinari establert en la Llei d'Enjudiciament Civil.

Tercer.- Donat que en diverses cadenes de televisió es realitzen programes de contingut similar al referenciat en aquesta decisió, elaborar un dictamen en el qual es contempli des d'un punt de vista teòric i jurídic els supòsits de la seva adequació o inadequació a les previsions de la Llei 1/82.

Quart.- Comunicar aquesta decisió al reclamant i al director del programa "Sabor a ti" d'Antena 3-TV.

Barcelona, 16 de novembre de 1998.