

## La UE ordena a España que recorte la publicidad en televisión

Las autopromociones y tele-tiendas rebasan el límite de 12 minutos por hora

ROSARIO G. GÓMEZ

La Comisión Europea ha dado un ultimátum al Gobierno español para que exija a las televisiones que cumplan estrictamente los límites publicitarios que impone la directiva comunitaria: 12 minutos por hora de reloj. Después de varias advertencias, la comisaria europea de la Sociedad de la Información y Medios de Comunicación, Viviane Reding, dio ayer el último aviso. "España no ha tomado las medidas necesarias para garantizar, por fin, el respeto del límite europeo de 12 minutos de anuncios publicitarios por hora de reloj", dijo de forma taxativa.

Si las cadenas (públicas o privadas) no respetan la restricción, Bruselas amenaza con llevar a España ante el Tribunal de Justicia. La comisión está dispuesta a ser firme en el control de la normativa audiovisual, aunque el enfrentamiento viene de lejos. Hace ocho años ya rastreó las parrillas españolas para detectar incumplimientos. Y encontró muchos.

La disputa tiene su origen en una distinta interpretación de la legislación. El equipo de Reding, encargado de vigilar la aplicación de la Televisión sin Fronteras, sostiene que el tope horario para todo tipo de publicidad (*spots* tradicionales, tele-promociones, tele-compra, publrreportajes) son 12 minutos por hora. Pero las emisoras españolas se escudan en la normativa nacional, que mantiene el tope de emisión de anuncios publicitarios en 12 minutos por hora, pero otorga cinco más para "otras" formas publicitarias.

De esta manera, los espectadores españoles soportan una carga publicitaria (17 minutos por hora) superior a la de otros ciudadanos de la Unión Europea. Para evitar discriminaciones, Reding hizo ayer un llamamiento a las autoridades españolas para que actúen "urgentemente" y se ajusten a las restricciones comunitarias. La comisaria disipa cualquier tipo de duda a la hora de interpretar la legislación y precisa: "Todos los anuncios publicitarios o de telecompra, tanto si se les llama tele-promociones, publrreportajes u otra cosa, deben contabilizarse en los 12 minutos por hora de reloj". Y añade que "cualquier otra interpretación sería denegar el respeto debido a los telespectadores y a los ciudadanos".

Desde julio de 2007, Bruselas tiene abierto un procedimiento de infracción contra España. El origen es una investigación sobre los contenidos publicitarios de las principales cadenas de televisión, tanto comerciales como públicas. El muestreo se desarrolló en dos etapas. La primera, entre el 1 de mayo y el 30 junio de 2005, y la segunda, una semana al mes entre julio de 2005 y julio de 2006.

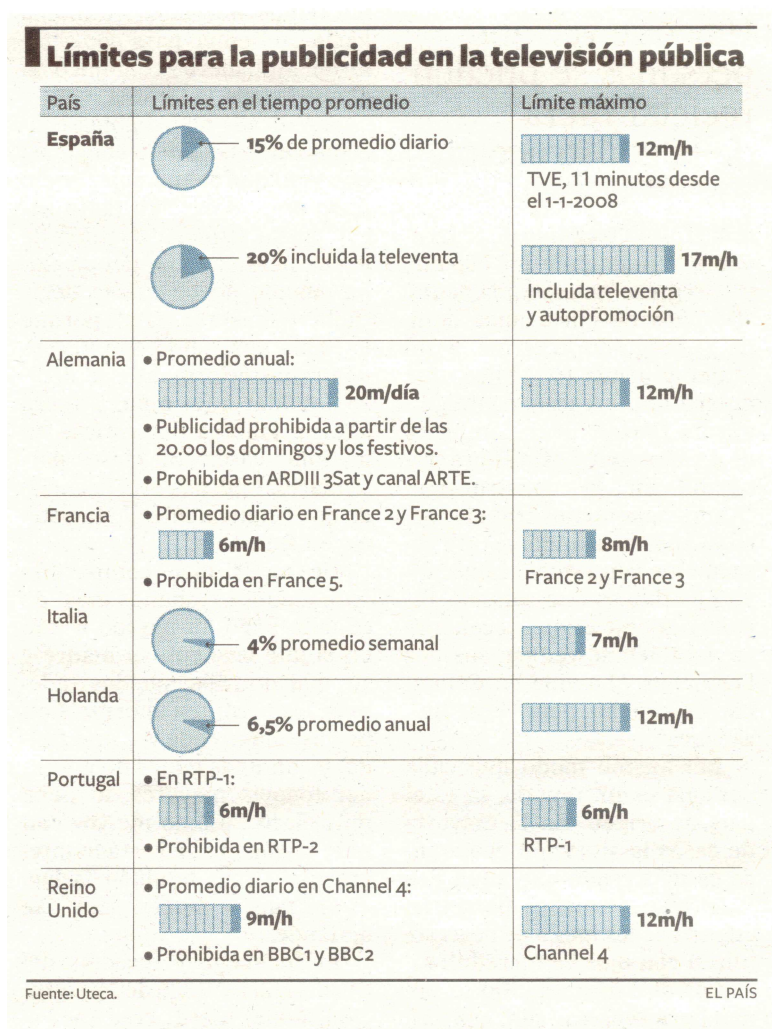
En este tiempo, la comisión detectó una infracción "grave y regular" del límite de 12 minutos. Estas anomalías se apoyan en una "mala interpretación" de la directiva comunitaria. Según la comisión, España hace una lectura "demasiado restringida" del concepto de anuncio publicitario, qué, según Bruselas, perjudica a los telespectadores y a los ciudadanos.

La normativa española limita la emisión de publicidad en televisión (incluida la tele-venta) a un 20% del tiempo diario de emisión. Paralelamente, el tiempo dedicado a los anuncios publicitarios no debe superar el 15%. Pero el mismo artículo precisa que "durante cada una de las horas naturales en que se divide el día, el tiempo de emisión dedicado a la publicidad en todas sus formas, y a los anuncios de tele-venta, no podrá ser superior a 17 minutos". Éste es el punto de la discordia.

Tras un primer requerimiento, España respondió en octubre del año pasado a la comisión, pero rehusó ajustar su interpretación a la defendida por Europa. El Gobierno español tiene ahora menos de dos años para incorporar la nueva directiva sobre Televisión sin Fronteras aprobada el pasado diciembre, que mantiene el tope de los 12 minutos por hora de publicidad.

Esta no es la primera vez que Bruselas llama la atención a España por emitir demasiada publicidad. En 2000 ya dio un aviso por violar de manera "flagrante" la normativa. En aquella ocasión, las infracciones fueron cometidas por TVE-1, La 2, Antena 3, Tele 5 y la catalana TV-3.

Hasta principios de año, España era uno de los pocos países de la UE donde las televisiones públicas no tenían restricciones adicionales a la publicidad. Regían los 12 minutos por hora para todo tipo de operadores. Desde enero de este año, el Gobierno ha recortado de 12 minutos a 11 el tiempo máximo de publicidad en TVE. Estos ingresos son básicos para la financiación de todos los operadores. Las televisiones nacionales y autonómicas facturaron el año pasado más de 3.300 millones de euros, según las estimaciones de InfoAdex.



**El País, 7 de mayo de 2008**