



Uno
de cada 4 minutos
son
anuncios



Empacho de publicidad en televisión

Telecinco y Antena 3 son las campeonas del exceso de publicidad; Cuatro y La Sexta, las del autobombo.

Muchas cadenas incumplen las normas que regulan los cortes publicitarios, que ya de por sí son bastante poco severas.

cios

Los sufridos telespectadores las conocen y las aprovechan bien: llamar a un amigo, arreglarse las uñas, recoger la mesa... De todo cabe en las pausas publicitarias, porque 15 minutos de anuncios dan para mucho.

Y no están sólo las interrupciones. Los propios programas vienen plagados de mensajes publicitarios para que participemos en concursos, enviemos SMS con el móvil o compremos discos. Es tal la saturación, que el espectador llega a tener la impresión de no estar viendo otra cosa que publicidad. Lo más curioso es que este bombardeo ni siquiera es ilegal en muchos casos.

Hay un límite por día y por hora, pero amplios

La televisión de difusión gratuita está indisolublemente asociada a la publicidad. Es su principal fuente de financiación y no puede prescindir de ella, pero para que la programación no se convierta en un mero soporte publicitario sin ningún contenido de interés, hay que establecer unas normas.

La Comisión Europea promulgó una directiva, conocida como Televisión sin Fronteras, que regula los contenidos televisivos y, entre otras cosas, fija un límite de 12 minutos de publicidad por hora. La directiva se ha trasladado a la legislación de cada país con características propias. En España, las normas de 1994 y 1999 también establecen unos límites al tiempo máximo de publicidad por día y por hora, así como el intervalo mínimo que debe transcurrir entre dos pausas publicitarias, pero todo ello con numerosas excepciones que se convierten, en la práctica, en un coladero (vea el recuadro *Por los huecos de la ley* en la pág. 32).

En 2007, la Unión Europea aprobó

NUESTRO ESTUDIO

- Entre el 7 y el 13 de abril, examinamos la programación de quince cadenas gratuitas de difusión analógica.
- Anotamos la frecuencia y duración de los cortes publicitarios y qué programa se estaba emitiendo.
- Las cadenas se seleccionaron en función de su audiencia. Incluimos todas las nacionales: TVE 1, La 2, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta. Entre las autonómicas, elegimos las que concentran al menos un 10% de la audiencia en sus respectivas comunidades: Telemadrid, ETB2, Canal 9, Canal Sur, TV3, Televisión de Canarias, Castilla-La Mancha Televisión, Televisión de Galicia y Aragón Televisión.

una nueva directiva que introduce cambios fundamentales respecto a la anterior. En concreto, elimina el límite diario de emisión de publicidad y posibilita un mayor número de cortes publicitarios en las películas.

La nueva directiva debe trasponerse a la legislación española antes de diciembre de 2009, pero no se sabe cuándo se producirá el cambio, por lo que en nuestro estudio hemos tomado como referencia la ley todavía vigente.

Esta normativa, al regular la duración de las pausas, establece varias formas publicitarias para las que fija diferentes límites (vea el esquema *Lo que dice la ley* en la pág. 30) con unos criterios muy poco coherentes. ¿Qué sentido tiene que la publicidad de mensajes a móviles se considere unas veces como anuncio publicitario y otras no? ¿O que no haya límites a los avances de programación, que no son más que autopublicidad de las cadenas?

Cuando se trata de cadenas de ámbito nacional, el control le corresponde a la Administración Central a través del Ministerio de Fomento, pero si son autonómicas, lo deben ejercer las autonomías correspondientes, a través de los organismos que designen.

Límite diario: Antena 3 y Telecinco al filo

Algunas cadenas apuran los límites diarios, que están establecidos en un 15% del tiempo de emisión para los anuncios publicitarios (3 horas y 36 minutos si la cadena transmite durante 24 horas) y un 20% incluidas todas las formas de publicidad. Además, se permiten hasta tres horas de programas dedicados a teletienda.

Durante el periodo examinado, ninguna cadena quebrantó los límites legales, pero los fines de semana, Antena 3 y Telecinco se pasearon por el filo de la navaja. El domingo 13 de abril, Telecinco se quedó a 1 minuto y medio de superar el tope. Entre las autonómicas, Canal 9 y Telemadrid son las que emiten mayor volumen de publicidad; ETB2 y Canal Sur se les aproximan si se suman los anuncios de teletienda.

Hay que recordar que el reparto de los contenidos entre la cuenta del 15% y la del 20% es bastante incoherente. Por ejemplo, si los anuncios de teletienda se incluyeran dentro de la cuenta del 15%, Telecinco habría vulnerado el límite varias veces a la semana.

Añadida la publicidad en todas sus formas y las interrupciones que la ley no considera (anuncios benéficos, patrocinios, avances de programación o cortinillas de paso) en todas las cadenas nacionales se rebasan las cuatro horas diarias de cortes y estorbos a los programas. En Antena 3 y Telecinco nos vamos hasta las cinco horas, superando incluso el límite del 20% (vea la columna *Emisión diaria* del cuadro *Publicidad en TV*, en la pág. 39).

Hasta un 40% en algunos momentos

Aunque los límites se cumplan en el conjunto del día, hay horas concretas en las que más del 30% del tiempo de emisión está ocupado por algo que no es el programa (vea *Saturación publicitaria* en el cuadro). Sólo La 2 y Aragón Televisión evitan este abuso.

Las parrillas más cargadas de interrupciones son las de Telecinco, Antena 3 y Cuatro, con más de 50 horas semanales de emisión en las que se supera el 25% de cortes y anuncios solapados. Sin embargo, el máximo lo ostenta la Televisión Canaria el sábado

LO QUE DICE LA LEY

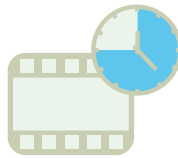
Pausas permitidas según tipo de programa

General



Cada 20 minutos. Excepciones: la primera o la última pausa pueden estar a menos de 20 minutos del inicio o final del programa. Una serie de 40 minutos puede llevar tres cortes.

Películas



Por cada 45 minutos de película. Excepciones: una pausa más si el resto de dividir entre 45 es mayor de 20 minutos. Una película de 110 minutos puede llevar 3 pausas.

Deportes



Si son continuos (motos, ciclismo), cada 20 minutos. En deportes con pausas, durante éstas (entre el 1º y 2º tiempo, en los tiempos muertos). Un partido de baloncesto puede llevar 7 cortes.

Infantiles, informativos y documentales



Sólo si la duración programada (esto es, incluyendo las propias pausas) es mayor de 30 minutos.

Duración de las pausas según tipo de publicidad



Anuncios publicitarios

- Anuncios clásicos
- Anuncios con pantalla compartida (exceptuando los de mensajes de móvil)
- Teletienda no solapada con el programa
- Anuncios de patrocinio si duran más de 10" o no están ubicados junto al programa.



Publicidad en todas sus formas

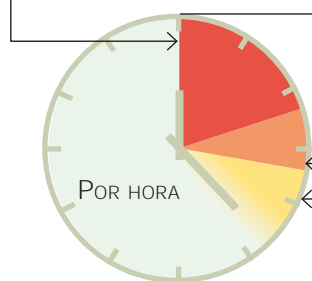
- Anuncios de mensajes a móviles con pantalla compartida
- Merchandising (ej.: CD de Operación Triunfo)
- Nuevas formas comerciales (ej.: personajes de una serie hablando sobre un producto)
- Anuncios de patrocinio
- Publicidad solapada: el presentador anima a contratar un seguro o llamar a un número, etc.
- Autopromoción de la cadena



Anuncios exentos

- Advertencias sobre medicamentos
- Caretas de patrocinio
- Anuncios difundidos gratuitamente (ONG, etc.)
- Anuncios de servicio público (Administraciones Públicas, turismo de las CC.AA. o de las obras sociales de las cajas)
- Cortinillas de tránsito
- Avances de programas

12 minutos por hora



Hasta 17 minutos por hora

No se contabilizan

15% de la programación diaria

POR DÍA COMPLETO

Hasta 20% de la programación diaria (junto con los anuncios de teletienda)

por la tarde con un 41%: a esa hora, los espectadores podían de vez en cuando ver "Liberad a Willy 3". ¡Seguro que el rodaje fue más rápido!

Antena 3 tampoco va a la zaga. Su récord está los domingos a mediodía durante la emisión de "Los Simpsons", con un 34% de tiempo muerto.

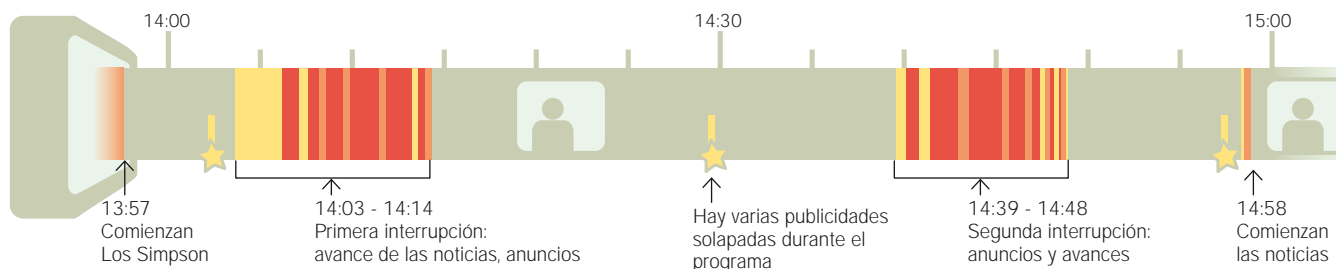
12 minutos por hora: se lo saltan a la torera

Para evitar que la publicidad se acumule exageradamente en los horarios de mayor audiencia, además del límite diario, existe un tope por cada hora de emisión. En concreto, 12 minutos

A3, LOS SIMPSON

Domingo 13 de abril 2008

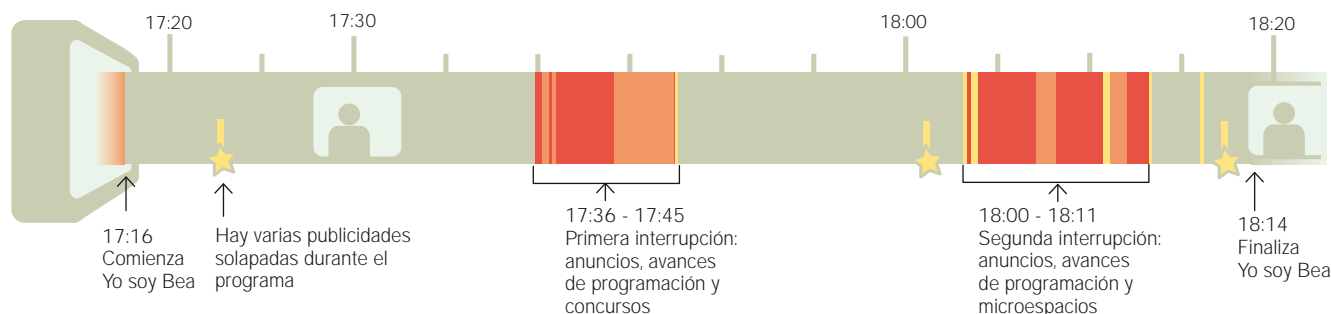
Duración total: 61 min. y 1 seg.
 Programa: 41 min. y 23 seg.
 Anuncios: 11 min. y 55 seg.
 Microespacios y otras formas: 3 min. y 10 seg.
 Avances de programación y exentos: 5 min. y 22 seg.



TELECINCO, YO SOY BEA

Viernes, 11 de abril 2008

Duración total: 58 min. y 26 seg.
 Programa: 39 min. y 39 seg.
 Anuncios: 12 min. y 15 seg.
 Microespacios y otras formas: 2 min. y 54 seg.
 Avances de programación y exentos: 3 min. y 38 seg.



por hora para la categoría de anuncios publicitarios, pero se pueden extender hasta 17 minutos si se incluyen otras formas de publicidad.

Todas las cadenas son conscientes del límite de los 12 minutos, pero no siempre lo respetan (vea la columna *Infracciones del límite de 12'*). Telecinco lo bordea en muchas ocasiones y lo rebasa al menos cinco veces durante la semana. Antena 3 está en la misma línea y supera el límite en cuatro ocasiones. Si el cómputo se realizaran con los criterios de la directiva europea, los incumplimientos serían decenas.

TVE 1 y La 2, en un intento de sortear las críticas acerca de su doble financiación con fondos públicos y a través de la publicidad, se comprometieron a no rebasar los 11 minutos de anuncios, pero no siempre lo cumplen.

Entre las autonómicas, el caso de ETB2 es de los más graves, pues se salta el límite sistemáticamente entre la 1 y las 2 de la tarde durante la emisión de "Walker Texas Ranger".

En definitiva, el incumplimiento del límite legal de 12 minutos es una prác-

tica cotidiana en muchas cadenas, lo que revela la ineficacia de la norma.

Por lo que respecta al límite de 17 minutos, que incluye los anuncios solapados, la autopromoción, los patrocinios y todo lo que no cabía en la cuenta de los 12 minutos, ninguna cadena nacional comete infracciones.

Entre las autonómicas, ETB se va hasta los 17 minutos en una ocasión ("Pacific Blue"), lo mismo que Televisión Canaria ("Batman Forever" y en el concurso "Quiero ser como Pepe") y la Televisión de Galicia en las noticias.

¿Conoces a Joe Black con 50' de más?

La duración de los cortes no es el único factor que determina la carga publicitaria. Como es lógico, también hay que estar atentos a la frecuencia.

La norma general es que las pausas publicitarias deben estar separadas por intervalos de programa de 20 minutos. Además, hay unas reglas específicas en función del tipo de programa (vea *Lo que dice la ley*). La segunda parte de

PUBLICIDAD EN TV (del 7 al 13 de abril)

Cadena	Infracciones del límite de 12'		Saturación (número de horas)		Incumplimientos del intervalo entre pausas	Emisión diaria (%)
	según normas europeas	según normas española	Del 25 al 30% de cortes	Más del 30% de cortes		
Telecinco	61	5	70	18	0	20,5
Antena 3	50	4	69	8	3	19,4
Cuatro	34	1	50	5	1	17,6
La Sexta	47	3	44	3	0	17,3
TVE1	5	1	14	1	5	15,4
Telemadrid	4	4	16	1	0	12,8
TV Canarias	6	6	13	6	5	12,7
La 2	0	0	3	0	1	12,4
Canal Sur	3	2	1	5	0	12,4
Canal 9	7	6	12	2	1	12,4
CMT	2	2	9	0	0	12,0
ETB2	7	8	7	3	1	11,7
TV3	3	3	7	4	0	11,4
TV Galicia	3	3	8	3	1	9,2
Aragón TV	0	0	0	0	0	8,1

nuestro estudio consistió en observar si se respetaban estos intervalos.

Por lo que respecta a las películas (se emitieron más de 200 en esa semana), en las cadenas nacionales todas las pausas estaban en regla. La película con más cortes fue “¿Conoces a Joe Black?” en TVE 1, que se prolongó 50 minutos

adicionales. Tuvo (y estaba permitido) cinco cortes publicitarios.

En cuanto a los avances de programación solapados sobre la película, que la ley ni siquiera menciona, el caso más lamentable es el de La Sexta, que en dos películas de unos 110 minutos insertó nueve anuncios de este tipo.

POR LOS HUECOS DE LA LEY

¿Microespacios o macroanuncios?

Los microespacios como “Crono” de Antena 3, “Musicaldía” de La 2 o “Xtra Estilo” de Telecinco dedican 56 de los 60 segundos que duran a publicidad, pero los anuncios y patrocinios de estos programas se cuentan en el límite de 17 minutos al estar solapados con el programa.

Machacan con sus estrenos

La norma no establece ningún límite para los avances de programación. Las cadenas abusan de esta libertad para martillearnos con la promoción de sus programas y nuevas series, llegando a

mantener los avisos de un estreno sobreimpresos en pantalla durante casi toda la emisión de un espacio.

Duración programada y no real

Un defecto grave de la normativa es que, para establecer las pausas permitidas según la duración de un programa, se basa en la hora de comienzo y finalización, que incluye las propias pausas publicitarias. Se da así la paradoja de que, cuanto más largos sean los cortes, más se pueden hacer. Lo lógico sería basarse en la duración real sin publicidad.

LA OCU SOLICITA

La vigente legislación española que regula la emisión publicitaria en televisión distingue diferentes tipos de publicidad y crea distintas cuentas para cada uno de esos tipos de forma poco coherente, separando entre anuncios propiamente dichos, televenta, patrocinios, etc. En nuestro estudio, hemos constatado que las cadenas se aprovechan de esta falta de concreción para saltarse los límites cuando les interesa, en especial, las de ámbito nacional como Antena 3, Telecinco y Cuatro. Según nuestro estudio, las normas se incumplen decenas de veces, lo cual revela su ineficacia.

La OCU, con ocasión de un estudio anterior, presentó una denuncia ante la Comisión Europea para que

sancionara la posible infracción de la Directiva “Televisión sin Fronteras”. La Comisión Europea se ha hecho eco de nuestros argumentos y, en mayo de este año, ha abierto un procedimiento de infracción contra España. Le exige que corrija urgentemente la normativa, de tal modo que cualquier contenido publicitario se ajuste al límite de 12 minutos de reloj por hora de emisión. La OCU está satisfecha con la reacción de la UE y espera que esta advertencia se aplique inmediatamente y que se tenga muy presente al adaptar la nueva Directiva sobre “Servicios de medios audiovisuales sin Fronteras” de 2007, cuya transposición debe estar lista a finales de 2009.

En las motos nos cuelan un gol

En las series y los culebrones, hemos encontrado algunas irregularidades, no demasiadas. Antena 3, por ejemplo, introdujo nada menos que cuatro cortes en un capítulo de “La familia Mata”. Y esto hablando sólo de cortes puros, porque si incluyéramos los anuncios solapados, sólo Aragón Televisión pasaría la prueba.

Durante las telenovelas, los incumplimientos han escaseado debido a su corta duración, pero también hemos encontrado algunos en TVE 1 (“Marina”) y en Televisión Canaria (“Rubí”).

En las retransmisiones deportivas, los tiempos se cumplen muy bien para el fútbol, el baloncesto, el voleibol y el ciclismo.

El problema llega con el campeonato de Portugal de motociclismo retransmitido por TVE 1. En ningún momento se cumplió la ley, ya que hubo pausas con 7, 10 y 15 minutos de intervalo.

Infantiles con truco y avances para adultos

Los programas infantiles cuentan con una legislación especial para proteger a los menores que prohíbe los cortes en programas de menos de 30 minutos. En las series que se encuentran dentro de otro programa contenedor, por ejemplo, Megatrix, la norma se aplica a cada contenido por separado.

Predominan las cadenas que no interrumpen las series infantiles. Sin embargo, Antena 3 y TVG las cortan sistemáticamente por el procedimiento de introducir pausas tan largas que la duración del programa se extiende muchas veces a más de 30 minutos. Con esto, se cuele por un agujero de la ley, que debería considerar la duración original del episodio y no la programada.

Cuatro introduce avances de programación de series para adultos, como “Entre fantasmas” o “Cuestión de sexo”, aprovechándose de que no están regulados. Lo grave es que se trata de contenidos inadecuados para niños.

En definitiva, las lagunas legales favorecen, una vez más, el abuso y en este caso en un terreno tan sensible como el público infantil. ■

¡IMPORTANTE AHORRO EN SU PÓLIZA DENTAL!

La asistencia dental está prácticamente excluida de las prestaciones de la sanidad pública y por tanto disponer de una póliza de seguros puede suponer un interesante ahorro en estos servicios.

La OCU ha negociado para sus socios un descuento en la prima que le supondrá un coste más económico al que pagaría como particular.



La OCU pone a su servicio dos pólizas dentales exclusivas para socios

¡Sonríe!
HASTA UN
-25%
en la prima
el primer año

- ✓ Descuento en la prima anual
- ✓ Máxima subida posible de la prima: el IPC
- ✓ Contratos revisados por nuestros técnicos
- ✓ Todos los especialistas concertados tienen un seguro de responsabilidad civil profesional

Visite sus webs para comprobar la disponibilidad en su localidad. Puede que ni tenga que cambiar de dentista.

CIGNA

☎ 902 363 666
💻 www.cigna.es
✉ comercial@cigna.com

CASER

☎ 902 020 956
💻 www.caser.es
✉ pomadrid1@caser.es

El convenio sigue abierto y nuevas aseguradoras podrán adherirse al mismo en el futuro.