



El Consejo Audiovisual de Andalucía ha pedido al Gobierno y al Parlamento de Andalucía la regulación de los anuncios de contactos sexuales y de prostitución en televisión, tras comprobar que televisiones de ámbito local están emitiendo dicha publicidad. Asimismo, el Consejo ha remitido a la Fiscalía Superior de Andalucía los informes elaborados sobre el asunto por si estos anuncios pudieran incardinarse como uno de los supuestos de publicidad ilícita previstos en el artículo 3 de la Ley 34/1988 General de Publicidad, tras la modificación operada por la Ley 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.

El Consejo Audiovisual de Andalucía ha aprobado el informe elaborado de oficio, a raíz de recibir un escrito de la Asamblea de Mujeres de la Federación Española de Periodistas en la que se pedía la intervención de dicha institución para evitar la emisión de publicidad de contactos sexuales y de prostitución, frecuente en los medios de comunicación españoles.

El Consejo Audiovisual ha analizado la emisión de dichos anuncios desde dos perspectivas: la protección de los menores respecto a determinados mensajes publicitarios y el respeto a los derechos de la mujer y, en especial, la lucha contra la violencia de género y el tráfico de mujeres.

El Consejo está abriendo desde septiembre de 2007 expedientes sancionadores por la emisión de anuncios de contactos sexuales entre las 6 y las 22 horas, franja de protección de menores que ha fijado la legislación española. Sin embargo, esta institución advierte que dicha franja horaria no responde a la realidad social de un país donde entre las 22 y 23 horas hay tantos menores viendo la televisión como a las 6 de la tarde.

Ante la falta de regulación de dichos anuncios, el Consejo carece en estos momentos de instrumentos que, más allá de la recomendación y la autorregulación, impidan que los menores accedan a una publicidad que, en la mayor parte de los casos, ofrece de manera directa o indirecta servicios de prostitución. Algo semejante sucede con la pornografía, que puede emitirse en abierto entre las 22 y las 6 horas, como de hecho están haciendo televisiones locales de Andalucía.

El informe reproduce una muestra de los anuncios emitidos por televisiones de la comunidad autónoma de Andalucía.

Desde otra perspectiva, las mujeres son el objeto de la mayoría de estos anuncios vinculados en gran medida a la prostitución, actividad no penalizada en España pero asociada a la violencia de género, incluso cuando se ejerce voluntariamente, lo que no es habitual. En este sentido, el Consejo considera que estos



anuncios podrían incardinarse en los supuestos de publicidad ilícita previstos en la Ley General de Publicidad.

Es intención de este organismo abrir un debate sobre la cuestión ya que entre nuestras obligaciones están asegurar la protección de los menores frente a los contenidos de la publicidad y la programación que pudieran perjudicar su desarrollo físico y moral, garantizar que los medios de comunicación audiovisuales no emitan mensajes o contenidos que atenten contra la dignidad de las personas y el principio de igualdad, así como promover la igualdad de género en Andalucía a través de la promoción de actividades, modelos sociales y comportamientos no sexistas en el conjunto de las programaciones que se ofrecen y, también, en la publicidad.

El Consejo ha adoptado al respecto otras decisiones que adjunto en relación con la autorregulación y el respeto a otras obligaciones sobre la publicidad emitida en televisión que, por regla general, incumplen estos anuncios y sobre las que esta institución sí tiene potestad sancionadora.

En este sentido, le remito tanto el informe aprobado por el Pleno -que incorpora el voto particular de dos miembros del Consejo- como las decisiones adoptadas en el seno de la institución en torno a la emisión de anuncios de contactos sexuales en televisión.

Espero que dicho asunto sea de su interés y me pongo a su disposición para atender cuantas sugerencias o cuestiones puedan plantearme al respecto.

Atentamente

Carmen Fernández Morillo

Consejera del Consejo Audiovisual de Andalucía



## **DECISIONES DEL CONSEJO AUDIOVISUAL SOBRE LA EMISIÓN DE ANUNCIOS DE CONTACTOS SEXUALES EN TELEVISIÓN**

1. Trasladar a la Fiscalía Superior de Andalucía el Informe sobre publicidad de prostitución, junto con la totalidad de los informes jurídicos y de contenidos elaborados por este Consejo sobre la materia, al objeto de dilucidar si la publicidad relativa a contactos sexuales pudiera incardinarse como uno de los supuestos de publicidad ilícita proscritos por el artículo 3 de la Ley 34/1988 General de Publicidad, tras la modificación operada por la Ley 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género.
2. Solicitar al Parlamento y al Gobierno de Andalucía la regulación de la publicidad de contactos sexuales con el fin de que se limite su emisión en abierto en los medios de comunicación audiovisuales del ámbito de su competencia teniendo en cuenta que el horario de protección infantil establecido entre las 6 y 22 horas no responde a la realidad social, al al objeto de proteger a los menores hacia determinados contenidos que, como la pornografía o los anuncios de contactos sexuales, son claramente inadecuados .
3. Impulsar la elaboración de un Código Ético de la Publicidad que contemple la emisión de anuncios de contactos sexuales, pero también otras recomendaciones encaminadas a mejorar la protección de la mujer en el mensaje publicitario, contribuyendo a erradicar estereotipos de género.
4. Recomendar a los medios de comunicación audiovisuales que, en cumplimiento de sus funciones de servicio público, realicen campañas de sensibilización que permitan modificar la percepción social del uso de las mujeres como mercancía sexual y obtener una repulsa social generalizada hacia el comercio sexual como vulneración de los derechos fundamentales de las mujeres en situación de prostitución. Tal como plantea la Comisión Mixta de los derechos de la Mujer del Congreso, las campañas tendría como objeto fundamental reducir la demanda, especialmente en los jóvenes.
5. Plantear a la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (SETSI) que la contradicción existente entre la franja horaria de 24 a 7 horas establecida para los servicios ofrecidos a través de los teléfonos 803 puede estar haciendo incurrir a los operadores en infracciones establecidas en la Ley 25/1994 que impide la emisión de contenidos no adecuados a menores a partir de las 6 de la mañana y comunicar la posibilidad de modificar los horarios de protección de menores para adaptarlos a la realidad social.



6. Advertir a los operadores de televisión de que las limitaciones establecidas por la Ley 25/1994 de Televisión sin Fronteras impiden la emisión de publicidad de servicios ofertados a través del código 803 a partir de las seis de la mañana por lo que incurrirían en una infracción que puede conllevar sanciones de hasta 300.000 euros, pese a lo indicado en el Código de Conducta de Prestación de Servicios de Tarificación Adicional.
7. Advertir a los organismos de radiodifusión televisada que al simultanear programación con transparencias en la que a través de faldones o bandas se emite publicidad están infringiendo tanto el artículo 12 de la Ley de Televisión sin Fronteras como los apartados 1 y 2 del artículo 13 de la citada ley, así como de los formatos y condiciones en los que se puede emitir tanto la publicidad como la televenta.
8. Abrir expedientes sancionadores cuando se detecte publicidad o televenta de servicios de servicios sexuales que infrinjan los artículos 12 y 13 de la Ley 25/2004 de Televisión sin Fronteras.