

01

El emplazamiento de producto en la nueva directiva de servicios audiovisuales

Product placement in the new audiovisual services directive

Dra. Almudena González del Valle Brena
IE Universidad. IE School of Communication

Resumen / Abstract

En la nueva Directiva CE/65/2007 de Servicios Audiovisuales, el emplazamiento de producto queda reconocido como forma de relación comercial en televisión (sistemas lineales). Todavía no ha sido trasladada a todos los sistemas legales de los Estados Miembros, con excepción de Rumania, Portugal, Francia y Bélgica (Flandes). Los EM tienen la opción de incorporar la norma de forma más estricta, pero en general, y de acuerdo con la llamada de la Comisión a regular con mano amplia, los EM se han hecho eco de las liberalizaciones, incluyendo el emplazamiento de producto (IP/08/2032). El emplazamiento de producto surge como una forma de financiación para los operadores de servicios lineales audiovisuales muy importante, en vista del descenso de la inversión publicitaria. La forma que tome la regulación de esta comunicación comercial audiovisual en el caso de España, afectará a la protección del espectador en su derecho a discernir contenido editorial de publicidad, pero sobre todo, afectará a la producción de programas y al mismo negocio.

In the recently adopted Audiovisual Services and Media Directive (2007/65/EC), product placement has finally been regulated, as an important source of finance for linear services broadcasters and audiovisual content producers. The Directive has not been yet transposed into Member States' legal systems, except for Rumania, Portugal, France and Belgium (North), though the deadline is December 2009. Member States have the freedom to regulate in a more restrictive form, but in general ME have embraced the liberalised new rules (see IP/08/2032). Product placement is an important source of finance for linear audiovisual services, specially in the scenario of declining advertising investment. The way product placement regulation takes form in Spain will probably influence both television consumers' right to identify properly editorial content from advertising, and, programme production and television business.

Palabras clave / Keywords

Directiva 2007/65/CE de Servicios Audiovisuales. Emplazamiento de producto. Regulación de televisión. Publicidad encubierta.
Audiovisual Services Directive 2007/65 EC. Product placement. Advertising regulation. Television regulation. Surreptitious advertising.