

Resolución de 19 de octubre de 2017 de la Sección Segunda del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por un particular a través de la página web tvinfancia.es, y remitida al Jurado por la Comisión Nacional de Mercados y la Competencia (CNMC) en aplicación del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia y del Acuerdo de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia de 9 de diciembre de 2004, suscrito por el Gobierno y los principales operadores de televisión, en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Warner Bros Entertainment, S.L. La Sección declaró que la publicidad no infringía el Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia.

**Resumen de la Resolución:**  
**Particular (CNMC) vs. Warner Bros Entertainment España, S.L.**  
**“IT”**

Resolución de 19 de octubre de 2017 de la Sección Segunda del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por un particular a través de la página web tvinfancia.es, y remitida al Jurado por la Comisión Nacional de Mercados y la Competencia (CNMC) en aplicación del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia y del Acuerdo de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia de 9 de diciembre de 2004, suscrito por el Gobierno y los principales operadores de televisión, en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Warner Bros Entertainment, S.L. La Sección declaró que la publicidad no infringía el Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia.

La reclamación se formulaba frente a siete anuncios en los que se promocionaba la película “IT” y en los que se observaba a varios niños siendo atemorizados por un personaje disfrazado de payaso que porta globos rojos.

El Jurado declaró que la publicidad analizada incluía escenas y mensajes que, en aplicación del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia y del artículo 7 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, no resultaban adecuadas para menores de 18 años por lo que la emisión de los anuncios debía realizarse en horario adulto, esto es, entre las 22 y las 6 horas del día siguiente. Teniendo en cuenta lo anterior, y una vez verificada la documentación aportada por la reclamada así como el listado de pases proporcionado por la CNMC, la Sección desestimó la reclamación al comprobar que no se había realizado ningún pase fuera de horario adulto, por lo que no se había vulnerado el mencionado Código.

Texto completo de la Resolución del Jurado:  
**Particular (CNMC) vs. Warner Bros Entertainment España, S.L.**  
“IT”

En Madrid, a 19 de octubre de 2017, reunida la Sección Segunda del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D<sup>a</sup>. María José Morillas Jarillo para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular a través de la página web tvinfancia.es, y remitida al Jurado por la Comisión Nacional de Mercados y la Competencia (CNMC) en aplicación del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia y del Acuerdo para el fomento de la Corregulación sobre Comunicaciones Comerciales en Televisión de 30 de junio de 2015, suscrito por el Gobierno y los principales operadores de televisión, en relación con una publicidad de la que es responsable la mercantil Warner Bros Entertainment España, S.L., emite la siguiente

## RESOLUCIÓN

### I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado día 11 de octubre de 2017, la CNMC, en aplicación del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia y del Acuerdo para el fomento de la Corregulación sobre Comunicaciones Comerciales en Televisión de 30 de junio de 2015, suscrito por el Gobierno y los principales operadores de televisión, dio traslado al Jurado de AUTOCONTROL de la reclamación presentada por un particular en la página web tvinfancia.es, en relación con una publicidad de la que es responsable la mercantil Warner Bros Entertainment España, S.L., (en adelante, “**Warner Bros**”).

2.- La reclamación se formula frente a siete anuncios en los que se promociona la película “IT” y en los que se observa a varios niños siendo atemorizados por un personaje disfrazado de payaso que porta globos rojos.

3.- Según expone en su escrito de reclamación, la particular considera que los anuncios objeto de análisis contienen imágenes y sonidos no aptos para el horario en el que sostiene que se difundieron.

4.- Trasladada la reclamación a la reclamada Warner Bros, la agencia de medios “Initiative España”, actuando por expreso mandato de ésta, presentó escrito de contestación en el que alega que la totalidad de la campaña de la película promocionada fue programada y emitida en horario adulto siguiendo los *Copy Advice* del Gabinete Técnico de AUTOCONTROL, que limitaban la emisión a dicha franja horaria. A tal efecto, aporta un documento que recoge la totalidad de los pases de la publicidad con sus correspondientes canales de emisión.

Con base en todo lo anterior, solicita al Jurado que desestime la reclamación presentada.

5.- Por lo demás, para la resolución del presente expediente fue aportado por la CNMC un documento –trasladado junto con la reclamación a la reclamada a efectos de alegaciones- donde constan la totalidad de los pases realizados de los anuncios reclamados desde el 28 de agosto hasta el 23 de septiembre de 2017 para varios canales de televisión.

## II.- Fundamentos deontológicos.

1.- A la luz de los antecedentes de hecho hasta aquí expuestos, corresponde a este Jurado el examen de la publicidad reclamada a tenor de las normas reguladoras de la protección de menores frente a los contenidos televisivos inadecuados, y, más concretamente, a la luz de lo previsto en el Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia (en lo sucesivo, el “Código”).

Dicho Código resulta de aplicación exclusivamente a las emisiones en abierto que efectúen los operadores de televisión adheridos al mismo, como alternativa a los sistemas de filtrado que permiten un estricto control parental, y contempla –entre otros- un determinado horario dentro del cual se deben evitar los mensajes o escenas de explícito contenido violento o sexual que carezcan de contenido educativo o informativo en dichas emisiones. En particular, su Norma II establece que dicho horario protegido consistirá en la franja entre las 06:00 y las 22:00 horas.

Asimismo, estas restricciones horarias, y para las mismas emisiones en abierto, vienen recogidas en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, concretamente en el apartado segundo de su artículo 7, en el que además se dispone que *“Está prohibida la emisión de contenidos audiovisuales que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores, y, en particular, la de aquellos programas que incluyan escenas de pornografía, maltrato, violencia de género o violencia gratuita. Aquellos otros contenidos que puedan resultar perjudiciales para el desarrollo físico, mental o moral de los menores solo podrán emitirse en abierto entre las 22 y las 6 horas (...)”*.

2.- Llegados a este punto, esta Sección debe analizar cuidadosamente los anuncios objeto del presente procedimiento para determinar si estos pueden resultar perjudiciales para el desarrollo físico, mental o moral de los menores y, en consecuencia, reúnen las características previstas en la normativa para que su difusión deba realizarse exclusivamente dentro de la franja de horario adulto.

A este respecto debe tenerse presente lo establecido en el “Sistema de Calificación por edades de productos audiovisuales”, sistema adoptado mediante Resolución de la CNMC de 23 de junio de 2015 y que pasa a sustituir a los criterios de clasificación incorporados en el Anexo del citado Código.

Pues bien, en relación a dicho Sistema de calificación, cabe indicar que, dentro de su apartado 3, relativo a *“Contenidos potencialmente perjudiciales para la infancia que contiene el programa”*, se establecen los contenidos que no están recomendados para menores de 18 años. De esta manera se incluye, por una parte, la *“exaltación de la violencia o recreación en el sufrimiento de la víctima”* de *“violencia psicológica: acoso, amenazas, intimidación, chantaje, abuso y aislamiento”* (apartado 3.1.2) y; por otra, la *“recreación en la generación o efecto del miedo o la angustia, con recursos potenciadores del impacto”* de *“Graves conflictos emocionales o situaciones extremas, que generen angustia o miedo”, “Experiencias traumáticas trágicas e irreversibles, extremo sufrimiento humano o animal, crueldad, inminencia angustiada de la muerte”* así como *“Criaturas de fantasía con actitudes o comportamientos terroríficos”*, (apartados 3.3.1, 3.3.2 y 3.3.5, respectivamente).

**3.-** Pues bien, tras un detallado visionado de los anuncios objeto del presente supuesto, este Jurado considera que éstos incluyen escenas y mensajes que, en aplicación de los criterios expuestos anteriormente, no resultan adecuados para menores de 18 años.

Esto es así en la medida en que muestran, con un claro propósito de proporcionar miedo o angustia en el espectador, situaciones en las que varios menores son amenazados por un payaso de apariencia perturbadora, y se recrean en la experiencia traumática provocada por las acciones de dicho personaje.

Por lo demás, en el supuesto que nos ocupa, el miedo que generan dichas escenas se incrementa por el hecho de que el objeto de los ataques del payaso son niños que, por su propia inocencia y curiosidad, resultan aptos para ser atraídos por los objetos que porta este personaje como, por ejemplo, globos de un llamativo color rojo, niños que además resultan frágiles e indefensos ante todas sus trágicas acciones.

Por todo lo anterior este Jurado considera que la emisión de los anuncios reclamados debería llevarse a cabo en el horario protegido indicado anteriormente, esto es, entre las 22 y las 6 horas del día siguiente.

**4.-** Teniendo en cuenta lo anterior, y a la vista de la documentación que consta en el expediente aportada por la CNMC y de la documentación aportada por la reclamada, cabe determinar si los anuncios que nos ocupan han sido o no emitidos en abierto en el mencionado horario protegido.

En este sentido, este Jurado, ha verificado la totalidad de pases aportados de la publicidad reclamada, desde el 28 de agosto hasta el 23 de septiembre de 2017. Pues bien, tras un exhaustivo examen de dicha documentación ha podido comprobar que no se realizó ningún pase de la publicidad reclamada fuera del horario adulto citado anteriormente.

En atención a todo lo hasta aquí expuesto, la Sección Segunda del Jurado de AUTOCONTROL

## **ACUERDA**

Desestimar la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la mercantil Warner Bros Entertainment España, S.L.

---