

Resolución de 25 de octubre de 2018 de la Sección Sexta del Jurado de AUTOCONTROL por la que se desestima la reclamación presentada por dos particulares 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 contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Hillside España Leisure, S.A.

La Sección desestimó la reclamación, declarando que la publicidad reclamada no infringía la norma 8 del Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego.

Resumen de la Resolución: Particulares (CNMC) vs. Hillside España Leisure, S.A. “Bet 365 TV II”

Resolución de 25 de octubre de 2018, de la Sección Sexta del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestiman las reclamaciones presentadas por dos particulares contra una publicidad de la que es responsable la empresa Hillside España Leisure, S.A.

La reclamación se dirigía frente a un anuncio difundido en los canales de televisión “Cuatro” y “Telecinco”, respectivamente el sábado 14 de julio de 2018, a las 16:59 horas, y el domingo 15 de julio de 2018, a las 16:57 horas. El anuncio reclamado comienza mostrando al actor José Coronado con el móvil en la mano, mientras aparecen diferentes gráficos verdes a su alrededor. Seguidamente, se ve un plano general de un paisaje con un coche circulando por una carretera. A continuación, observamos a una pareja conduciendo el coche y al acompañante con su correspondiente cinturón de seguridad abrochado, rodeado de unos gráficos. Tras ello, vemos un estadio en el que apreciamos el logotipo de “bet365” en las gradas, que desaparece. Posteriormente, vemos a un hombre entre un gran grupo de gente usando la aplicación de bet365. Se ven pantallas entorno a él visualizando el contenido. Seguidamente, estamos sentados en una mesa de comedor. Una chica le muestra a su abuelo la aplicación en una *tablet*. El anciano está sorprendido. A continuación, pasamos a ver a nuestro protagonista que está jugando al billar. Pasamos a ver varias vistas del estadio lleno de gente. En ese momento, leemos la superimpresión “+18 Juega con responsabilidad”, que se mantendrá en las siguientes escenas. Por corte, volvemos a ver a José Coronado jugando al billar. Inmediatamente después, hay un revuelo de personas en el campo y volvemos a ver a nuestro protagonista jugando al billar a la vez que su teléfono suena y aparece una alerta “GOL”, junto al logotipo de “Bet365”. A continuación, se suceden más imágenes del estadio y de José Coronado rodeado de gráficos a la vez que leemos la superimpresión “La casa de apuestas online más grande en ingresos”. Por corte, vemos a dos chicos y una chica sujetando sus móviles en diferentes ubicaciones a la vez que aparecen gráficos a su lado. A continuación, vemos a Jose Coronado en una sala de billar con el móvil en la mano. Finalmente, observamos el logotipo de “bet365” sobre una imagen de varios aficionados entrando en un estadio y la superimpresión: “Apuesta en este partido ahora”. Asimismo, leemos la superimpresión: “Juego seguro”. A lo largo del anuncio, escuchamos la siguiente locución en *off*: “Podemos atravesar continentes y zonas horarias con tan solo tocar un botón. Si un partido cambia, lo vemos al instante. Somos miembros de la casa de apuestas online más grande del mundo. Somos miembros de bet365”.

La Sección determinó que la difusión de la publicidad reclamada resultaba conforme a la norma 8 del Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego -que prevé en su punto 4, la posibilidad de emitir anuncios de apuestas deportivas de contrapartida “durante las retransmisiones de los acontecimientos deportivos, desde su inicio hasta el final, incluidos los descansos e interrupciones reglamentarios, siempre que corresponda con la organización de las apuestas que se realicen, ya sea sobre el acontecimiento que se retransmita o sobre otros acontecimientos que se encuadren en la misma competición deportiva, aunque éstos no sean objeto de retransmisión en ese momento”-, en la medida en que, en ambas difusiones, el anuncio objeto de reclamación se refería al mismo acontecimiento deportivo que se retransmitía en ese momento – esto es, a dos partidos del Mundial de Rusia 2018, el partido Bélgica-Inglaterra y la final Francia-Croacia que tuvieron lugar respectivamente el 14 de julio de 2018 a las 16:00 horas y el 15 de julio de 2018 a las 17:00 horas- y que se difundió durante la retransmisión del mismo – concretamente durante el descanso, a las 16h59-32’, en el primer caso, y al inicio de la retransmisión, en el momento de la conexión con el terreno de juego, a las 16h57’49”, en el segundo caso.

Texto completo de la resolución del Jurado:
Particulares (CNMC) vs. Hillside España Leisure, S.A.
“Bet 365 TV II”

En Madrid, a 25 de octubre de 2018, reunida la Sección Sexta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Luis Berenguer Fuster, para el estudio y resolución de las reclamaciones presentadas por dos particulares a través de la página web tvinfancia.es, y remitidas 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 Hillside España Leisure, S.A., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado día 11 de octubre de 2018, 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 las reclamaciones presentadas por dos particulares en la página web tvinfancia.es, en relación con una publicidad de la que es responsable la mercantil Hillside España Leisure, S.A.(en adelante, “**Hillside España**”).

2.- Las reclamaciones se formulan frente a un anuncio de televisión en el que se promocionan apuestas deportivas de contrapartida. El anuncio aportado, difundido en los canales de televisión “Cuatro” y “Telecinco”, respectivamente el sábado 14 de julio de 2018, a las 16:59

horas, y el domingo 15 de julio de 2018, a las 16:57 horas, comienza mostrando al actor José Coronado con el móvil en la mano, mientras aparecen diferentes gráficos verdes a su alrededor. Seguidamente, se ve un plano general de un paisaje con un coche circulando por una carretera. A continuación, observamos a una pareja conduciendo el coche y al acompañante con su correspondiente cinturón de seguridad abrochado, rodeado de unos gráficos. Tras ello, vemos un estadio en el que apreciamos el logotipo de “bet365” en las gradas, que desaparece. Posteriormente, vemos a un hombre entre un gran grupo de gente usando la aplicación de bet365. Se ven pantallas entorno a él visualizando el contenido. Seguidamente, estamos sentados en una mesa de comedor. Una chica le muestra a su abuelo la aplicación en una *tablet*. El anciano está sorprendido. A continuación, pasamos a ver a nuestro protagonista que está jugando al billar. Pasamos a ver varias vistas del estadio lleno de gente. En ese momento, leemos la sobreimpresión “+18 Juega con responsabilidad”, que se mantendrá en las siguientes escenas. Por corte, volvemos a ver a José Coronado jugando al billar. Inmediatamente después, hay un revuelo de personas en el campo y volvemos a ver a nuestro protagonista jugando al billar a la vez que su teléfono suena y aparece una alerta “GOL”, junto al logotipo de “Bet365”. A continuación, se suceden más imágenes del estadio y de José Coronado rodeado de gráficos a la vez que leemos la sobreimpresión “La casa de apuestas online más grande en ingresos”. Por corte, vemos a dos chicos y una chica sujetando sus móviles en diferentes ubicaciones a la vez que aparecen gráficos a su lado. A continuación, vemos a Jose Coronado en una sala de billar con el móvil en la mano. Finalmente, observamos el logotipo de “bet365” sobre una imagen de varios aficionados entrando en un estadio y la sobreimpresión: “Apuesta en este partido ahora”. Asimismo, leemos la sobreimpresión: “Juego seguro”. A lo largo del anuncio, escuchamos la siguiente locución en *off*: “Podemos atravesar continentes y zonas horarias con tan solo tocar un botón. Si un partido cambia, lo vemos al instante. Somos miembros de la casa de apuestas online más grande del mundo. Somos miembros de bet365”.

3.- Los particulares consideran que el anuncio objeto de reclamación fue dirigido a menores de edad de manera inadecuada en la medida en que se emitió durante la retransmisión de distintos partidos del mundial de futbol 2018, acontecimiento deportivo que es visto por un gran número de menores de edad.

4.- Trasladada la reclamación a Hillside España, esta compañía ha presentado escrito de contestación en plazo. En él, sostiene que, si bien existe un horario de protección general para menores de 6 a 22 horas, el anuncio objeto de reclamación fue emitido en plena conformidad con lo dispuesto en el artículo 8.4 del Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego (en adelante “**Código de Juego**”), que prevé expresamente la exclusión de dicha restricción para “*la retransmisión de comunicaciones comerciales de apuestas deportivas durante las retransmisiones de acontecimientos deportivos, desde su inicio hasta el final, incluidos los descansos, siempre que corresponda con la organización de las apuestas que se realicen, ya sea sobre el acontecimiento que se retransmita o sobre otros acontecimientos que se encuadren en la misma competición deportiva, aunque éstas no sean objeto de retransmisión en ese momento*”. En este sentido, la reclamada alega que las dos difusiones reclamadas tuvieron lugar en el marco de la retransmisión del acontecimiento deportivo correspondiente al anuncio, en relación con la posibilidad de realizar apuestas sobre el mismo, esto es, en el caso de la difusión por “Cuatro” el 14 de julio de 2018, durante el partido entre Bélgica e Inglaterra- que empezó a las 16h-, al final del descanso reglamentario del partido (a las 16h59’32”, concretamente) y, en el caso de la difusión por “Telecinco” el 15 de julio de 2018, al inicio (a las 16h57’49”, precisamente) de la final entre Francia y Croacia- que empezó a las 17h. En particular, sobre esta última difusión, Hillside España remarca que, al ser imposible emitir el anuncio durante el encuentro,

necesariamente se emite al comienzo de la conexión con el terreno de juego, es decir, apenas instantes antes de que comience el partido.

Por todo ello, solicita al Jurado que emita resolución declarando que la publicidad resulta conforme al Código de Juego.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- A la vista de los antecedentes de hecho expuestos, cabe indicar que nos encontramos ante una comunicación comercial de una actividad de juego, cuya regulación exige evitar que aquélla se dirija a menores de edad u otras personas o grupos vulnerables. Éste es uno de los objetivos perseguidos por el Código de Juego, el cual incluye en su norma 8 previsiones específicas acerca del horario en el que se pueden emitir tales comunicaciones comerciales, con el fin de evitar que éstas se dirijan a estos grupos especialmente vulnerables.

Así pues, el caso que nos ocupa ha de ser examinado a la luz de la mencionada norma 8 del Código de Juego, la cual establece las limitaciones horarias existentes en función del tipo o modalidad de juego que se promocióne. De esta manera, en la medida en que del propio anuncio se desprende que el juego promocionado es una apuesta de contrapartida deportiva, habría que atender a lo dispuesto en su apartado 1, el cual establece lo siguiente: *“Únicamente podrán emitirse entre las 22:00 y las 06:00 horas: 1.1. Las comunicaciones comerciales y autopromociones de las actividades de juego de ruleta, punto y banca, black jack, póquer, y todas aquellas apuestas de contrapartida deportivas o hípicas, sin perjuicio de lo dispuesto en el punto 4 referido a la emisión de acontecimientos en directo. (...)”*.

A este respecto, el punto 4 de la norma 8 del Código de Juego establece que: *“En los supuestos de apuestas deportivas o hípicas, mutuas o de contrapartida en directo, también se podrá emitir la comunicación comercial y autopromoción durante las retransmisiones de los acontecimientos deportivos, desde su inicio hasta el final, incluidos los descansos e interrupciones reglamentarios, siempre que corresponda con la organización de las apuestas que se realicen, ya sea sobre el acontecimiento que se retransmita o sobre otros acontecimientos que se encuadren en la misma competición deportiva, aunque éstos no sean objeto de retransmisión en ese momento”*.

2.- Teniendo en cuenta lo anterior, y a la vista de que las apuestas de contrapartida deportivas promocionadas en el anuncio objeto de las dos reclamaciones se refieren al mismo acontecimiento deportivo que se retransmitía en el momento de su difusión –esto es, a dos partidos del Mundial de Rusia 2018, el partido Bélgica-Inglaterra (en el caso de la difusión por “Cuatro”) y la final Francia-Croacia (en el caso de la difusión por “Telecinco”) que, según ha podido comprobar esta Sección, tuvieron lugar respectivamente el día 14 de julio de 2018 a las 16:00 horas y el día siguiente 15 de julio de 2018 a las 17:00 horas- y que, de la propia documentación aportada junto a las reclamaciones, se desprende que la publicidad se difundió durante la retransmisión de los mismos – concretamente durante el descanso, a las 16h59-32’, en el primer caso, y al inicio de la retransmisión, en el momento de la conexión con el terreno de juego, a las 16h57’49”, en el segundo caso-, su emisión queda amparada por la excepción de emisión de acontecimientos en directo establecida en el Código de Juego.

En virtud de lo anterior, este Jurado considera que las difusiones del anuncio objeto de reclamación no infringen lo dispuesto en la norma 8 del citado Código de Juego.



En atención a todo lo hasta aquí expuesto, la Sección Sexta del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

Desestimar las reclamaciones presentadas por dos particulares frente a una publicidad de la que es responsable la mercantil Hillside España Leisure, S.A.