

Resolución de 25 de octubre de 2018 de la Sección Sexta del Jurado de AUTOCONTROL 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 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:
Particular (CNMC) vs. Hillside España Leisure, S.A.
“Bet 365 TV”**

Resolución de 25 de octubre de 2018, de la Sección Sexta del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular 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 el canal de televisión “Telecinco” el domingo 15 de julio de 2018, a las 17:59 horas. El anuncio comienza mostrando al actor José Coronado, con un móvil en la mano al lado de varios gráficos. Por corte apreciamos a un hombre sentado en una silla en el interior de una peluquería mirando su Smartphone a la vez que vemos un gráfico, tras lo que pasamos a ver como se une el peluquero a ver el teléfono. A continuación, vemos a un hombre corriendo por la calle mientras nieva, al lado de un gráfico. Seguidamente, pasamos a ver un bar abarrotado. Vemos imágenes con gente mirando su teléfono, mientras aparecen diferentes gráficos. Asimismo, apreciamos cómo celebran un gol a la vez que leemos la superimpresión: “+18 Juega con responsabilidad”, que se mantendrá en las siguientes escenas. Por corte, observamos una mesa con un vaso, un portavelas y un móvil, y cómo salta una alerta en el mismo dónde leemos: “Gol” al lado del logotipo de “Bet365”. Pasamos a ver un plano general de una terraza y de fondo, Roma. A continuación, vemos imágenes intercaladas de José Coronado, el bar, el hombre en la peluquería y el hombre corriendo, dónde aparecen diferentes gráficos. Observamos a los usuarios de bet365 en el momento en que miran a cámara mientras leemos: “La casa de apuestas online más grande en ingresos”. Finalmente, volvemos a ver a José Coronado en la sala de billar con el móvil en la mano. Por último, aparece el logotipo de “bet365.es” a la vez que leemos: “Juego seguro” y “Apuesta en este partido ahora”. A lo largo del anuncio, escuchamos la siguiente locución en *off*: “Puedes encontrarnos en cualquier lugar del mundo. Observando. Escuchando. Analizando. Estamos en todas partes. Y lo vemos todo. 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 el anuncio objeto de reclamación se refería al mismo acontecimiento deportivo que se retransmitía en ese momento – la final del Mundial de Rusia 2018 Francia-Croacia, que tuvo lugar el día 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 17h59-13”.

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

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 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 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 la reclamación presentada por un particular 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.- La reclamación se formula frente a un anuncio de televisión en el que se promocionan apuestas deportivas de contrapartida. El anuncio aportado, difundido en el canal de televisión “Telecinco” el domingo 15 de julio de 2018, a las 17:59 horas, comienza mostrando al actor José Coronado, con un móvil en la mano al lado de varios gráficos. Por corte apreciamos a un hombre sentando en una silla en el interior de una peluquería mirando su Smartphone a la vez que vemos



un gráfico, tras lo que pasamos a ver como se une el peluquero a ver el teléfono. A continuación, vemos a un hombre corriendo por la calle mientras nieva, al lado de un gráfico. Seguidamente, pasamos a ver un bar abarrotado. Vemos imágenes con gente mirando su teléfono, mientras aparecen diferentes gráficos. Asimismo, apreciamos cómo celebran un gol a la vez que leemos la sobreimpresión: “+18 Juega con responsabilidad”, que se mantendrá en las siguientes escenas. Por corte, observamos una mesa con un vaso, un portavelas y un móvil, y cómo salta una alerta en el mismo dónde leemos: “Gol” al lado del logotipo de “Bet365”. Pasamos a ver un plano general de una terraza y de fondo, Roma. A continuación, vemos imágenes intercaladas de José Coronado, el bar, el hombre en la peluquería y el hombre corriendo, dónde aparecen diferentes gráficos. Observamos a los usuarios de bet365 en el momento en que miran a cámara mientras leemos: “La casa de apuestas online más grande en ingresos”. Finalmente, volvemos a ver a José Coronado en la sala de billar con el móvil en la mano. Por último, aparece el logotipo de “bet365.es” a la vez que leemos: “Juego seguro” y “Apuesta en este partido ahora”. A lo largo del anuncio, escuchamos la siguiente locución en *off*: “Puedes encontrarnos en cualquier lugar del mundo. Observando. Escuchando. Analizando. Estamos en todas partes. Y lo vemos todo. Somos miembros de la casa de apuestas online más grande del mundo. Somos miembros de bet365”.

3.- El particular considera 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 un acontecimiento deportivo, la final del mundial de fútbol 2018, 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 la difusión del anuncio reclamado tuvo lugar en el marco de la retransmisión del acontecimiento deportivo correspondiente al anuncio reclamado, esto es la final del Mundial de Rusia 2018 entre Francia y Croacia- que empezó a las 17h-, al final del descanso reglamentario del partido (a las 17h59-13”, concretamente), en relación con la posibilidad de realizar apuestas sobre dicho acontecimiento deportivo.

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 aquella 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 promocioe. 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 que se promocionan en el anuncio objeto de reclamación se refieren al mismo acontecimiento deportivo que se retransmitía en ese momento –esto es, a la final del Mundial de Rusia 2018, que enfrentó a las selecciones de Francia y Croacia, que, según ha podido comprobar esta Sección, tuvo lugar el día 15 de julio de 2018 a las 17:00 horas- y que de la propia documentación aportada junto a la reclamación se desprende que la publicidad se difundió durante la retransmisión del mismo – concretamente durante el descanso, a las 17h59-13”-, 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 la publicidad objeto de reclamación no infringe 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 la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la mercantil Hillside España Leisure, S.A.
