



Resolución de 28 de marzo de 2019 de la Sección Séptima del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE). La Sección desestimó la reclamación declarando que no existía infracción de la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (principio de legalidad) en relación con el artículo 6.2 de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de Regulación del Juego.

Resumen de la Resolución:
Particular vs. Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE)
“El Triplex de la ONCE. TV”

Resolución de 28 de marzo de 2019 de la Sección Séptima del Jurado por la que se resuelve la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE).

La reclamación se dirigía frente a un anuncio en el que aparecían dos chicas realizando diversas actividades gracias al premio obtenido con el juego de lotería promocionado.

El reclamante consideraba que la publicidad infringía la normativa vigente al dirigirse a menores de edad, dado que aparecían en el anuncio personas menores de edad.

El Jurado, teniendo en cuenta los términos en los que se había planteado la reclamación, descartó la existencia de una infracción del principio de legalidad recogido en la norma 2 del Código de AUTOCONTROL en relación a las normas que prohíben que la publicidad se dirija a los menores, en particular, el principio general contenido en el artículo 6.2 de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de Regulación del Juego.

Varias fueron las razones que llevaron al Jurado a alcanzar dicha conclusión. Así, en primer lugar, aclaró que había quedado acreditado por la reclamada que en el anuncio no habían participado menores de edad. Asimismo, consideró que de la configuración de la publicidad no podía desprenderse que ésta fuera especialmente atractiva para menores. Por último, tuvo en cuenta que no constaban en el expediente otras circunstancias (como el horario de difusión, u otros extremos) que pudieran llegar a sugerir que la publicidad se hubiera dirigido a menores.



Texto completo de la Resolución del Jurado:
Particular vs. Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE)
“El Triplex de la ONCE. TV”

En Madrid, a 28 de marzo de 2019, reunida la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Manuel Rebollo Puig, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la Organización Nacional de Ciegos Españoles, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 18 de marzo de 2019, un particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la Organización Nacional de Ciegos Españoles (en adelante, la “**ONCE**”).

2.- La reclamación se dirige contra un anuncio emitido en varios medios (incluido televisión) en el que se promociona un juego de lotería. En dicho anuncio aparecen dos chicas sentadas en un banco y una le dice a la otra: “*¡Tía, que me ha tocado el Triplex!*”. A continuación aparecen las dos chicas realizando diversas actividades gracias al premio que han conseguido con el juego promocionado. Al final, se escucha la siguiente voz en off: “*No te cambia la vida, pero te cambia el día. Triplex de la ONCE. Podrás ganar hasta 150 euros eligiendo tres cifras*”.

En adelante, aludiremos a esta publicidad como la “**Publicidad Reclamada**”.

3.- A juicio del particular, la publicidad reclamada vulnera la normativa vigente en cuanto que se dirige a menores de edad al aparecer en el mismo personas menores de edad.

4.- Trasladada la reclamación a la ONCE, ésta ha presentado en plazo escrito de contestación en el que se opone a los argumentos planteados por el reclamante alegando que tanto las actrices que protagonizan el anuncio reclamado, como todos los actores secundarios son mayores de edad.

Para acreditar este extremo, aporta un escrito de la productora del anuncio en el que ésta manifiesta que todas las personas del equipo artístico contratado para la realización del anuncio son mayores de edad. Además, aporta documentos firmados por las actrices y los actores que aparecen en los anuncios en los que estos manifiestan ser mayores de edad y copia de sus Documentos Nacionales de Identidad



en los que consta tal extremo. Por otro lado, alega que el anuncio no está dirigido al público menor de edad.

En virtud de todo lo anterior solicita al Jurado que desestime íntegramente la reclamación presentada declarando la licitud de la publicidad.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- A la vista de los antecedentes de hecho hasta aquí expuestos la reclamación ha de ser examinada a la luz de la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en adelante, el “**Código de Autocontrol**”), la cual establece que: *“La publicidad debe respetar la legalidad vigente y de manera especial los valores, derechos y principios reconocidos en la Constitución”*.

En el caso que nos ocupa, este principio deontológico ha de ser puesto en relación con las normas legales que prohíben que la publicidad del juego se dirija a los menores de edad.

En este sentido, ha de tenerse presente que existe en la normativa legal un principio general, comúnmente admitido, según el cual las actividades de juego no deben estar dirigidos a menores. El artículo 6.2 de la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de Regulación del Juego constituye en todo caso una magnífica expresión de dicho principio, pues establece con total claridad que: *“se prohíbe la participación en los juegos objeto de esta Ley a: a) Los menores de edad (...)”*.

Así las cosas, existen pocas dudas de que los menores no deben participar en las actividades de juego y, por consiguiente, todo aquel que difunda publicidad de tales actividades debe adoptar las medidas oportunas para evitar que esta se dirija a o capte la atención de estos.

2.- Pues bien, en el caso que nos ocupa cabe recordar que, como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, el particular considera que la Publicidad Reclamada infringe el citado principio general dado que, a su parecer, se trata de un anuncio que se encuentra dirigido a menores de edad.

La razón que esgrime para alcanzar esta conclusión es el hecho de que, a su juicio, el anuncio presenta a menores que juegan al juego de lotería promocionado.

3.- Por su parte, la ONCE ha aportado al procedimiento documentación con la que acredita que todos los participantes en el anuncio objeto de análisis son mayores de edad.

En efecto, tal y como consta en los antecedentes de hecho, la ONCE ha aportado un escrito de la productora del anuncio en el cual confirma que todas las personas del equipo artístico contratado para la realización del anuncio son mayores de edad. Aporta también documentos firmados por las actrices y los actores que han participado en el anuncio donde los mismos manifiestan ser mayores de edad. Y, además de lo anterior, adjunta copia de todos los Documentos Nacionales de



Identidad de los actores y actrices participantes en los que puede comprobarse que todos ellos son mayores de edad.

4.- Por otro lado, tampoco se han alegado ni constan en el presente procedimiento otras circunstancias (relativas al horario de difusión, a la configuración del anuncio o a otros extremos) que pudieran llegar a sugerir que la publicidad ha sido dirigida a menores.

5.- Así las cosas, en atención a todo lo hasta aquí expuesto, y teniendo en cuenta los términos en los que se ha planteado la reclamación que ha dado origen al presente procedimiento, este Jurado debe descartar la existencia de una infracción del principio de legalidad recogido en la norma 2 del Código de Autocontrol en relación a las normas que prohíben que la publicidad se dirija a los menores.

Esto es así en la medida en que ha quedado acreditado, de la documentación aportada por el reclamado al expediente, que no han participado en el anuncio personas menores de edad. Y, como se ha dicho, ni la configuración de la publicidad parece hacerla especialmente atractiva para menores, ni constan o se han alegado en el expediente otras circunstancias (relativas al horario de difusión o a otros extremos) que pudieran llegar a sugerir que la publicidad se ha dirigido a menores.

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

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra la mercantil Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE).