



Resolución de 28 de marzo de 2019, de la Sección Séptima 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, en relación con una publicidad de la que es responsable la mercantil Bingosoft PLC. La Sección desestimó la reclamación declarando que no existía infracción de la norma 8.2 del Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego.

Resumen de la Resolución: Particular (CNMC) vs. Bingosoft PLC. “YOBINGO.TV”

Resolución de 28 de marzo de 2019, de la Sección Séptima 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 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 Bingosoft PLC.

La reclamación se formula frente a una publicidad difundida en televisión que promociona una página web de bingo online. Comenzamos viendo un escenario en el que un hombre está cantando, mientras leemos: “Yobingo.es” y “www.yobingo.es”, en el margen superior de la pantalla hasta el final del anuncio, y “20 € de regalo con tu 1^{er} depósito de 10 € válidos solo para jugar al bingo online. Juega 2x (depósito + bono) para no perder el bono al retirar tus ganancias o tus depósitos, que podrás retirar siempre. Los bonos de regalo nunca son retirables. Juega con responsabilidad. Válido hasta 31.12.19” además de los logotipos: “+ 18” y “Juego responsable”, que se mantendrán hasta el final del anuncio. Volvemos a leer: “Juega con responsabilidad”. La bailarina se da la vuelta y comprobamos que es Belén Esteban. Seguidamente, Jorge Javier pone los ojos en blanco. Por último, vemos a Jorge Javier dirigirse a cámara mientras, al fondo, Belén Esteban sujeta un cartel en el que leemos: “20 € regalo. Con tu primer depósito para jugar al bingo online”.

A lo largo del anuncio escuchamos la siguiente locución: Cantante: “Cuanto tú vas, yo bingo ¡oh sí! Cuando yo juego, tú todavía estás aquí”. Jorge Javier: “A ver, corta, corta, corta. La rubia que no para de hablar, ¿Cómo te llamas?”. Belén: “Ay, Jorge, es que no sabes de lo que me he enterado”. Jorge Javier: “Regístrate en yobingo.es y recibe 20 euros de regalo con tu primer depósito. Cuando tú vas, Yobingo”.



El particular sostenía que la publicidad se difundió en horario infantil y que se usaban imperativos que incitaban a realizar apuestas. El Jurado consideró que, a la luz de la prueba aportada por la reclamada, el anuncio fue emitido fuera de las franjas de protección reforzada de los menores, no existiendo por ende infracción de lo dispuesto en la norma 8.2 del Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego. Asimismo, la Sección entendió que, en la medida en que el anuncio no está dirigido a menores, no existe norma legal o deontológica alguna que impida o restrinja el uso de los imperativos.

Texto Completo de la Resolución:
Particular (CNMC) vs. Bingosoft PLC.
“YOBINGO.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 a través de la página web tvinfancia.es, y remitida al Jurado por la Comisión Nacional de Mercados y 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 Bingosoft PLC, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado día 14 de marzo de 2019, 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 Bingosoft PLC (en adelante, “**Bingosoft**”).

2.- La publicidad objeto de reclamación promociona una página *web* de bingo *online*. Comenzamos viendo un escenario en el que un hombre está cantando, mientras leemos las sobreimpresiones: “Yobingo.es” y “www.yobingo.es”, en el margen superior de la pantalla hasta el final del anuncio, y “20 € de regalo con tu 1^{er} depósito de 10 € válidos solo para jugar al bingo



online. Juega 2x (depósito + bono) para no perder el bono al retirar tus ganancias o tus depósitos, que podrás retirar siempre. Los bonos de regalo nunca son retirables. Juega con responsabilidad. Válido hasta 31.12.19” además de los logotipos: “+ 18” y “Juego responsable”, que se mantendrán hasta el final del anuncio. Volvemos a leer: “Juega con responsabilidad”. Como atrezzo, vemos un gran YOBINGO.ES corpóreo, un móvil gigante y algunos otros elementos. Seguidamente, observamos que hay un bailarín y una bailarina que no paran de hablar. Solo observamos el pelo de la bailarina, que está de espaldas. Tras ello, Jorge Javier interrumpe malhumorado la escena y se dirige a la mujer rubia. La bailarina se da la vuelta y comprobamos que es Belén Esteban. Seguidamente, Jorge Javier pone los ojos en blanco. Por último, vemos a Jorge Javier dirigirse a cámara mientras, al fondo, Belén Esteban sujeta un cartel en el que leemos: “20 € regalo. Con tu primer depósito para jugar al bingo online”.

A lo largo del anuncio escuchamos la siguiente locución: Cantante: “Cuanto tú vas, yo bingo ¡oh sí! Cuando yo juego, tú todavía estás aquí”. Jorge Javier: “A ver, corta, corta, corta. La rubia que no para de hablar, ¿Cómo te llamas?”. Belén: “Ay, Jorge, es que no sabes de lo que me he enterado”. Jorge Javier: “Regístrate en yobingo.es y recibe 20 euros de regalo con tu primer depósito. Cuando tú vas, Yobingo”.

3.- Según expone en su escrito de reclamación, el particular sostiene que la publicidad reclamada fue difundida el día 16 de enero de 2019 en horario infantil y que la misma contiene alusiones imperativas que incitan a realizar apuestas.

4.- Trasladada la reclamación a Bingosoft, esta compañía ha presentado escrito de contestación en plazo. En dicho escrito refiere que la publicidad reclamada ha sido difundida en la franja horaria legalmente permitida y fuera de las franjas de protección reforzada, y no se ha emitido dentro o junto a programas dirigidos a niños de conformidad con lo dispuesto en la norma 8.2 del Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego y Apuestas y el artículo 7.2 de la Ley 7/2010 de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, acompañando dicho escrito por un documento en el que figuran los pases de la publicidad objeto de reclamación desde el 1 de enero hasta el 7 de marzo de 2019.

Con base en lo anterior, Bingosoft 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 donde constan los pases realizados de la publicidad reclamada desde el 25 de diciembre de 2018 hasta el 31 de enero de 2019 para diversos canales de televisión.

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 –entre otros- es



el objetivo que persigue el Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego (en adelante "**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 promocio. De esta manera, en la medida en que del propio anuncio se desprende que el juego promocionado es un juego de bingo, habría que atender a lo dispuesto en su apartado 2, el cual establece lo siguiente: "*Las comunicaciones comerciales y autopromociones de bingo, las apuestas mutuas y otras apuestas deberán emitirse fuera de las franjas de protección reforzada establecidas en el artículo 7.2 de la citada Ley 7/2010, y no serán emitidas dentro o junto a programas dirigidos a niños, sin perjuicio de lo establecido en el punto 4*".

Por su parte, el artículo 7.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, establece tres franjas horarias consideradas de protección reforzada, en los siguientes términos: "*Asimismo, se establecen tres franjas horarias consideradas de protección reforzada, tomando como referencia el horario peninsular: entre las 8 y las 9 horas y entre las 17 y las 20 horas, en el caso de días laborables, y entre las 9 y las 12 horas sábados, domingos y fiestas de ámbito estatal. Los contenidos calificados como recomendados para mayores de 13 años deberán emitirse fuera de esas franjas horarias, manteniendo a lo largo de la emisión del programa que los incluye el indicativo visual de su calificación por edades. Será de aplicación la franja de protección horaria de sábados y domingos a los siguientes días: 1 y 6 de enero, Viernes Santo, 1 de mayo, 12 de octubre, 1 de noviembre y 6, 8 y 25 de diciembre*".

A mayor abundamiento, cabe indicar que dichas franjas horarias de protección reforzada se encuentran igualmente recogidas en la norma III.2 del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia, el cual, al igual que el mencionado Código de Juego, tiene por objeto regular la protección de los menores frente a los contenidos televisivos inadecuados.

2.- De esta manera, entre otras medidas adoptadas con el fin de evitar que el anuncio objeto de reclamación pudiese resultar accesible a los menores o pudiese resultar atractivo para éstos, su difusión debería haberse producido fuera de las franjas de protección reforzada establecidas en los citados preceptos y de forma separada a programas dirigidos a niños (esto es, evitar su difusión inmediatamente antes, durante o inmediatamente después de programas dirigidos a niños).

Pues bien, Bingosoft ha presentado un calendario de la emisión del anuncio reclamado mediante el que se acredita que el pasado día 16 de enero, efectivamente, el anuncio fue emitido fuera de tales franjas de protección reforzada de los menores.

Adicionalmente, este Jurado no encuentra elementos en la enumeración de dichos programas de los cuales se pueda desprender que el anuncio se emitiera dentro o junto a



programas dirigidos a niños. En virtud de lo anterior, este Jurado considera que la publicidad objeto de análisis no infringe lo dispuesto en la norma 8.2 del citado Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego.

3.- Por otro lado, y en la medida en que el anuncio no se ha dirigido a menores, tampoco existe objeción norma legal o deontológica alguna que impida o restrinja el uso de los imperativos a los que alude el particular reclamante en la parte final de su reclamación.

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

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la mercantil Bingosoft PLC.