

JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN



| | |
|-------------------------|--|
| Reclamante | Particular (CNMC) |
| Reclamado | Meetic Société par actions simplifiée (Meetic) |
| Título | Meetic |
| Nº de asunto | 57/R/ ABRIL 2020 |
| Fase del proceso | Primera instancia – Sección Séptima |
| Fecha | 24 de abril de 2020 |

Resolución de 24 de abril de 2020 de la Sección Séptima del Jurado por la que se desestima una 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 Meetic Société par actions simplifiée (Meetic).

La Sección desestimó la reclamación considerando que no constaba en el expediente que el anuncio se hubiera difundido dentro de las franjas de protección reforzada de la infancia.

RESUMEN

Resolución de 24 de abril de 2020 de la Sección Séptima del Jurado por la que se desestima una 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 Meetic Société par actions simplifiée (Meetic).

La reclamación se dirigía frente a un anuncio difundido en televisión en el que se podía ver a una pareja de mujeres decorando su apartamento, dándose un beso y compartiendo un gesto de cariño. El particular sostenía que el anuncio no era adecuado para menores.

El Jurado desestimó la reclamación considerando que no constaba en el expediente que el anuncio se hubiera difundido dentro de las franjas de protección reforzada de la infancia. En concreto, el pase reclamado se produjo un sábado a las 16,17 horas en el canal Paramount Channel cuando las franjas de protección reforzada de la infancia los sábados y domingos se extienden entre las 9 y las 12 horas.

En Madrid, a 24 de abril de 2020, 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 y remitida al Jurado por la Comisión Nacional de los 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 empresa Meetic Société par actions simplifiée, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 1 de abril de 2020, 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 empresa Meetic Société par actions simplifiée (en adelante, “**Meetic**”).
2. La reclamación se dirige frente a un anuncio difundido en televisión en el que se promueve una aplicación de citas online. Se trata de un anuncio en el que se puede ver a una pareja de mujeres decorando su apartamento, dándose un beso y compartiendo un gesto de cariño. Durante el anuncio se puede escuchar la siguiente locución en *off*: “¿Y si comienzas algo real? Descarga Meetic, la *app* para los solteros dispuestos a vivir historias reales. Meetic”.

En adelante, aludiremos a este anuncio como la “**Publicidad Reclamada**”.

3. Según expone en su escrito de reclamación, el particular considera que la Publicidad Reclamada no es adecuada para menores de edad por ser incoherente y contraria a las medidas de protección de los menores en la red que se lanzan desde las autoridades públicas, etc. Según indica en la reclamación, el anuncio en cuestión fue difundido en el canal de televisión “Paramount Channel” el sábado 21 de marzo a las 16:30 horas.
4. Trasladada la reclamación a Meetic, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él, sostiene que tanto el anuncio como su horario de emisión no son ilícitos. Asimismo, Meetic aporta un certificado de emisión del anuncio según el cual el mismo habría sido difundido a través de la cadena de televisión “Paramount Channel” el sábado 21 de marzo a las 16:17 horas.

II. Fundamentos deontológicos.

1. A la vista de los antecedentes de hecho hasta aquí expuestos, y dados los términos en los que ha sido planteada la reclamación y el cauce procedimental a través del cual ésta ha sido trasladada al Jurado, corresponde a éste únicamente el examen de la Publicidad Reclamada a la luz 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”).

2. Dicho Código contempla unas determinadas franjas de protección reforzada para el público infantil (menores de 12 años), dentro de las cuales los operadores de televisión firmantes de aquél deberán evitar la emisión de contenidos no idóneos para tales menores. En particular, su Norma III.2 establece las siguientes franjas de protección reforzada: *“De lunes a viernes: de 08:00 a 09:00 y de 17:00 a 20:00. Sábados y domingos: entre las 09:00 y las 12:00 horas. 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, 6, 8 y 25 de diciembre. Para el caso de los operadores adheridos a este código, cuyo ámbito territorial de cobertura no sea estatal, se añadirán al listado de días asimilados a la franja de sábados y domingos los que sean festivos en su territorio. En los periodos de vacación escolar sean de aplicación las franjas de protección reforzada establecida con carácter ordinario en los apartados anteriores para el conjunto del año. No obstante, y atendiendo las especiales circunstancias de esos periodos, los firmantes de este código mostrarán una especial sensibilidad y cuidado en la programación (...)”*.
3. Asimismo, estas restricciones horarias 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 *“(...) Los contenidos calificados como recomendados para mayores de 13 años deberán emitirse fuera de esas franjas horarias (...)”*.
4. Según expone en su escrito de reclamación, el particular sostiene que el anuncio no es adecuado para menores. El particular indica que el anuncio, en el que se puede ver a una pareja de mujeres decorando su apartamento, dándose un beso y compartiendo un gesto de cariño, resulta inadecuado por ser incoherente y contrario a las medidas de protección de los menores en la red que se lanzan desde las autoridades públicas.
5. Pues bien, este Jurado, a la vista de la reclamación presentada y de la documentación aportada por la parte reclamada, ha podido comprobar que no consta en el expediente que la Publicidad Reclamada se haya difundido dentro de las franjas de protección reforzada de la infancia citadas anteriormente. De hecho, el concreto pase de la publicidad que ha sido objetado por el reclamante (sábado, a las 16,17 horas, en el canal Paramount Channel) se encuentra fuera de las mencionadas franjas de protección reforzada de la infancia, que los sábados y domingos se extienden entre las 9 y las 12 horas.

En consecuencia, la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Meetic Sociétés par actions simplifiées.