

JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN



Reclamante	Sportium Apuestas Digital, S.A.U.
Reclamado	Bwin Interactive Marketing España, S.L. (Electraworks)
Título	Apuesta en este partido de basket. TV
Nº de asunto	159/R/ SEPTIEMBRE 2020
Fase del proceso	Primera instancia – Sección Primera
Fecha	1 de octubre de 2020

Resolución de 1 de octubre de 2020 de la Sección Primera del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por Sportium Apuestas Digital, S.A.U. frente a una publicidad de la que es responsable la mercantil Bwin Interactive Marketing España, S.L. (Electraworks). La Sección desestimó la reclamación declarando que la publicidad no infringía la norma 8 del Código de Conducta sobre las comunicaciones comerciales de las actividades de Juego.

RESUMEN

Resolución de 1 de octubre de 2020 de la Sección Primera del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por Sportium Apuestas Digital, S.A.U. frente a una publicidad de la que es responsable la mercantil Bwin Interactive Marketing España, S.L. (Electraworks).

La reclamación se dirigía frente a una publicidad difundida en televisión en la que se promocionaba la casa de apuestas Bwin. Durante el anuncio, en primer lugar, se podía apreciar una taza de café que temblaba. En la esquina inferior izquierda de la imagen aparecía la mención: “+18. Juega con responsabilidad” que se mantenía en las siguientes escenas. A continuación, se podían ver varias escenas en las que los temblores del entorno hacían que las personas que iban apareciendo mirasen a su alrededor sorprendidas; entre ellas: un hombre sentado en la barra de un bar, una bandada de pájaros volando, unas figuras de perros moviendo la cabeza sobre el salpicadero de un vehículo mientras el conductor del vehículo se asoma a mirar, una cocinera que miraba asustada a su alrededor mientras diferentes utensilios de la cocina se caían. Se podía ver también un ventilador de techo girando con dificultad mientras temblaba y un hombre y una mujer resguardados bajo una mesa. Seguidamente, se podía ver a un hombre gritando y celebrando, en el medio de una habitación, con el móvil en la mano mientras las luces parpadeaban. Por corte, aparecía un primer plano de la pantalla del teléfono con el texto: “Bwin. Apuesta ganada”. Finalmente, sobre una cartela negra, aparecía el logotipo de “Bwin” y la mención “Vive Emoción” junto con la sobreimpresión “Apuesta en este partido de basket”. Tras ello, se podían leer las menciones “Juega con responsabilidad”, “Sin diversión no hay juego” así como los logotipos de “+18”, “AutoProhibición” y “Jugar bien. Jugar con responsabilidad”.

El Jurado consideró que la publicidad reclamada era apta para difundirse durante la retransmisión en directo de partidos de la Supercopa de España de Baloncesto y por tanto no infringía la norma 8 del Código de Conducta sobre las comunicaciones comerciales de las actividades de Juego, que regula la excepción para realizar promoción de apuestas deportivas fuera del marco horario de entre las 22:00 y las 6:00 horas siempre y cuando dichas comunicaciones comerciales se emitan durante las retransmisiones de los acontecimientos deportivos a los que se refieren y se correspondan con la organización de las apuestas que se realicen.

TEXTO COMPLETO

En Madrid, a 1 de octubre de 2020, reunida la Sección Primera del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D^ª. María José Morillas Jarillo, emite la siguiente.

RESOLUCIÓN

I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 17 de septiembre de 2020, la mercantil Sportium Apuestas Digital, S.A.U. (en adelante “**Sportium**”) presentó una reclamación frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Bwin Interactive Marketing España, S.L. (Electraworks) (en adelante “**Bwin**”).
2. La reclamación se dirige contra un anuncio difundido en televisión en el que se promociona la casa de apuestas Bwin.

Durante el anuncio, en primer lugar, se puede apreciar una taza de café que tiembla. En la esquina inferior izquierda de la imagen aparece la mención: “+18. Juega con responsabilidad” que se mantiene en las siguientes escenas. A continuación, vemos varias escenas en las que los temblores del entorno hacen que las personas que van apareciendo miren a su alrededor sorprendidas; entre ellas: un hombre sentado en la barra de un bar, una bandada de pájaros volando, unas figuras de perros moviendo la cabeza sobre el salpicadero de un vehículo mientras el conductor del vehículo se asoma a mirar, una cocinera que mira asustada a su alrededor mientras diferentes utensilios de la cocina se caen. Se ve también un ventilador de techo girando con dificultad mientras tiembla y un hombre y una mujer resguardados bajo una mesa. Seguidamente, se puede ver a un hombre gritando y celebrando, en el medio de una habitación, con el móvil en la mano mientras las luces parpadean. Por corte, aparece un primer plano de la pantalla del teléfono con el texto: “Bwin. Apuesta ganada”. Finalmente, sobre una cartela negra, aparece el logotipo de “Bwin” y la mención “Vive Emoción” junto con la sobreimpresión “Apuesta en este partido de basket”. Tras ello, se pueden leer las menciones “Juega con responsabilidad”, “Sin diversión no hay juego” así como los logotipos de “+18”, “AutoProhibición” y “Jugar bien. Jugar con responsabilidad”.

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

3. Según expone en su escrito de reclamación, Sportium considera que la empresa reclamada ha incumplido el apartado 4 de la norma 8 del Código de Conducta sobre Comunicaciones

Comerciales de las Actividades de Juego (en lo sucesivo, el “Código de Juego”), que regula la excepción para poder emitir anuncios de apuestas deportivas durante las retransmisiones de los acontecimientos deportivos en directo fuera de la franja horaria de entre las 22:00 y las 06:00 horas. A su juicio, se ha difundido la Publicidad reclamada durante la retransmisión de partidos de la Supercopa de España de Baloncesto de la ACB, cuando, según Sportium, dicha Publicidad estaba orientada a su emisión en directo durante partidos de fútbol al gritar su protagonista la palabra “Gol”.

4. Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él sostiene que el protagonista de la Publicidad reclamada no grita “Gol”, sino que grita un par de veces “Woww”, trasladando una expresión de alegría, de emoción o de victoria, con un sonido poco definido en castellano que en ningún caso pretende transmitir al espectador la palabra “Gol”. El hombre está celebrando que ha ganado la apuesta.

Asimismo, Bwin alega que la Publicidad reclamada concluye con una pantalla en negro sobre la que se puede leer: “Bwin. Vive la emoción” y bajo esta frase, se puede leer mediante sobreimpresión: “Apuesta en este partido de basket”, siendo ésta una alegación que invita a apostar en un partido de baloncesto; en concreto, a través del término “este”, al partido de la Supercopa de España de Baloncesto que se celebraba mientras se difundía la Publicidad.

II. Fundamentos deontológicos.

1. A la vista de los hechos expuestos, esta Sección debe analizar la Publicidad objeto del presente procedimiento a la luz de la norma 8 del Código de Conducta sobre las comunicaciones comerciales de las actividades de Juego, que en su apartado 1 establece: *“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. No obstante lo anterior, esa limitación horaria no será aplicable a las comunicaciones comerciales radiofónicas de las actividades de juego referidas en este apartado, si bien esas comunicaciones radiofónicas no podrán ser emitidas dentro de las franjas horarias de protección reforzada establecidas en el artículo 7.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (...)”*.

Asimismo, en el apartado 4 de la misma norma se 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. Como se desprende de los preceptos que acabamos de reproducir, la norma general prevista es que para apuestas deportivas el horario de emisión de los anuncios tenga lugar entre las 22:00 y las 6:00 horas. Pero como se puede observar, esa misma norma general recoge una excepción. En su virtud, se permite difundir anuncios en los que se promocionan apuestas deportivas fuera de este marco horario siempre y cuando se emitan durante las retransmisiones de los acontecimientos deportivos a los que se refieren y se correspondan 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. Dicho con otras palabras, está permitida la difusión de anuncios de apuestas deportivas durante las retransmisiones deportivas en directo siempre y cuando estos anuncios de apuestas estén relacionados con el propio acontecimiento deportivo que se está emitiendo en directo o sobre otros acontecimientos deportivos que pertenezcan a la misma competición.

Es posible, por tanto, concluir que en anuncios de apuestas que se difunden en directo no se pueden introducir referencias a otros deportes.

Si trasladamos estas consideraciones generales al caso que nos ocupa, la conclusión es clara: si se entiende, como hace la reclamante, que el protagonista del anuncio reclamado grita la palabra “gol”, el anuncio resultaría incompatible con el Código de Conducta sobre las comunicaciones comerciales de las actividades de juego, pues se habría difundido fuera del horario general permitido para la publicidad de apuestas deportivas sin que el anuncio pudiese acogerse a la excepción prevista para la publicidad de apuestas en directo, en la medida en que, habiéndose difundido durante la retransmisión de un partido de baloncesto, incorporaría referencias a otros deportes distintos como el fútbol.

3. Sin embargo, basta un simple análisis de la publicidad para comprobar que el protagonista de la Publicidad reclamada emite un grito indeterminado que, no estando claramente definido, parece improbable que un consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz pueda interpretar como la palabra “Gol”. Este Jurado no alcanza a distinguir si dice “Woww”, como alega Bwin, u otra expresión de difícil transcripción escrita como podrían ser “arggh” o “uargh”, pero sí puede señalar que no es claramente identificable la palabra “Gol”.

El contexto global de la Publicidad tampoco invita a suponer que algún deportista haya marcado un gol y el protagonista esté replicando la palabra “Gol” a modo de celebración. Al contrario, lo que esta Sección considera es que dicho consumidor medio interpretará el anuncio en el sentido de que el protagonista de la Publicidad ha ganado una apuesta, como se desprende de la pantalla del teléfono en el que se visualiza el logotipo de la casa de apuestas promocionada junto a la mención “Apuesta ganada”, y en consecuencia, lo celebra gritando desmesuradamente.

4. En estas circunstancias, a juicio de esta Sección, la Publicidad reclamada es apta para difundirse durante la retransmisión en directo de partidos de la Supercopa de España de Baloncesto, y por lo tanto no incumple lo dispuesto en la norma 8 del Código de Juego.

Por las razones expuestas, la Sección Primera del Jurado de AUTOCONTROL

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por Sportium Apuestas Digital, S.A.U. contra una publicidad de la que es responsable la empresa Bwin Interactive Marketing España, S.L. (Electraworks)