

# JURADO DE LA PUBLICIDAD

## RESOLUCIÓN

Reclamante	Particular (CNMC)
Reclamado	BINGOSOFT PLC
Título	YOBINGO BINGO POR LA CARA PULSO TV
Nº de asunto	66/R/ABRIL/2021
Fase del proceso	Primera instancia
Órgano	Sección Séptima
Fecha	19 de mayo de 2021

## RESUMEN

Resolución de 19 de mayo de 2021, 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. A lo largo del anuncio vemos una competición de pulsos entre dos mujeres. En el margen superior derecho aparece la sobreimpresión: “YoBingo.es”. A continuación, una persona del público grita “¡Bingo!”, y todos le miran sorprendidos. Se reanuda el pulso y apreciamos cómo una las contrincantes alterna su vista entre el pulso y su teléfono móvil. Por último, vemos que exclama “¡Bingo!” y pierde el pulso. Por corte, vemos a la mujer celebrando el triunfo mientras aparecen las sobreimpresiones “Bono de 5 € gratis al registrarte\*” y “Y juega al Bingo por tu cara bonita\*\*”, ¡sólo YoBingo te puede ofrecer esto!”. A lo largo del anuncio, en el margen inferior, aparece una sobreimpresión con las condiciones de la promoción, así como la advertencia estandarizada sobre juego responsable y menores de edad en formato banda. Asimismo, podemos escuchar la siguiente locución: *“Estamos al rojo vivo, podemos tener ganadora en cualquier momento. ¿Quién dijo que sin dolor no hay gloria? Únete al club de ganadores en YoBingo.es. Aprovecha tus 5€ de bono gratis al registrarte y juega al Bingo por tu cara bonita. Solo YoBingo te puede ofrecer esto”*.

El Jurado comprobó, a la vista de las pruebas aportadas por la reclamada, que el anuncio había sido emitido fuera de las franjas de protección reforzada y que no había sido emitido dentro o junto a programas dirigidos a menores, ni durante una retransmisión en directo de un acontecimiento deportivo. Por tanto, consideró que no resultaban infringidas las normas 6.16 y 8.2 del Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego ni el Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego.

En Madrid, a 19 de mayo de 2021, 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 en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa BINGOSOFT PLC., emite la siguiente

### RESOLUCIÓN

#### I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado día 4 de mayo de 2021, 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*. A lo largo del anuncio vemos una competición de pulsos entre dos mujeres. En el margen superior derecho aparece la sobreimpresión: *“YoBingo.es”*. A continuación, una persona del público grita *“¡Bingo!”*, y todos le miran sorprendidos. Se reanuda el pulso y apreciamos cómo una las contrincantes alterna su vista entre el pulso y su teléfono móvil. Por último, vemos que exclama *“¡Bingo!”* y pierde el pulso. Por corte, vemos a la mujer celebrando el triunfo mientras aparecen las sobreimpresiones *“Bono de 5 € gratis al registrarte\*”* y *“Y juega al Bingo por tu cara bonita\*\* , ¡sólo YoBingo te puede ofrecer esto!”*. A lo largo del anuncio, en el margen inferior, aparece una sobreimpresión con las condiciones de la promoción, así como la advertencia estandarizada sobre juego responsable y menores de edad en formato banda. Asimismo, podemos escuchar la siguiente locución: *“Estamos al rojo vivo, podemos tener ganadora en cualquier momento. ¿Quién dijo que sin dolor no hay gloria? Únete al club de ganadores en YoBingo.es. Aprovecha tus 5€ de bono gratis al registrarte y juega al Bingo por tu cara bonita. Solo YoBingo te puede ofrecer esto”*.

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

3. Según expone en su escrito de reclamación, el particular sostiene que la Publicidad Reclamada fue difundida el día 20 de marzo de 2021 en horario infantil.
4. Trasladada la reclamación a Bingosoft, esta compañía presentó escrito de contestación en plazo en el que alegaba que la Publicidad Reclamada había sido emitida dentro de los horarios permitidos por la norma 8.2 del Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de Juego. Para ello, adjuntó un certificado de Kantar Media con el detalle del día y la hora de la emisión del anuncio, esto es, el día 20 de marzo de 2021 (sábado) a las 18:52 horas, junto a la emisión de la película *“El secreto de Clarissa”*.

5. El 14 de mayo de 2021, la Sección Séptima del Jurado, con el objetivo de dar una mejor resolución del presente procedimiento, solicitó a Bingosoft que acreditase la existencia de un contrato publicitario suscrito con anterioridad a la entrada en vigor, el pasado 5 de noviembre de 2020, del Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego, para determinar si podía acogerse a lo dispuesto en la Disposición transitoria cuarta de este Real Decreto.
6. Ante tal requerimiento, Bingosoft aportó al expediente copia de dicho contrato, fechado a día 1 de septiembre de 2020.

## II. Fundamentos deontológicos.

1. A la vista de los antecedentes de hecho expuestos, y teniendo en cuenta el tenor de la reclamación presentada, debe ante todo señalarse que el objeto del presente procedimiento versa exclusivamente sobre la licitud del horario de difusión de la publicidad analizada.

En este sentido, cabe indicar que nos encontramos ante una comunicación comercial de una actividad de juego, cuya regulación exige una especial protección de los derechos de las personas menores de edad y otros grupos especialmente vulnerables. Dicha regulación incluye, entre otras cuestiones, previsiones específicas acerca del horario en el que se pueden emitir tales comunicaciones comerciales, con el fin de evitar que éstas se dirijan a dichos colectivos.

Hasta la aprobación del Real Decreto 958/2020, estas previsiones estaban reguladas únicamente desde una perspectiva deontológica. De esta forma, había que acudir a lo dispuesto en la norma 8 del Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego (en lo sucesivo, “**Código de Juego**”), la cual establecía las limitaciones horarias existentes en función del tipo o modalidad de juego que se promocionase. Entre dichas modalidades, se regulaban las limitaciones existentes para la promoción de juegos de bingo como el que ahora nos ocupa.

Sin embargo, a raíz de la entrada en vigor, el pasado 5 de noviembre de 2020, del Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego (en adelante, “**Real Decreto 958/2020**”), el horario permitido para la emisión de tales comunicaciones comerciales sobre bingo difiere del previamente establecido por el Código de Juego. En este sentido, el artículo 20 del Real Decreto 958/2020 distingue dos posibles situaciones con limitaciones horarias diferentes. El primer párrafo, en línea con lo ya previsto en la norma 8 del Código de Juego, señala con carácter general que las comunicaciones comerciales de bingo no podrán emitirse dentro de las franjas horarias de protección reforzada establecidas en el artículo 7.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, ni tampoco en los bloques publicitarios inmediatamente anteriores o posteriores a programas dirigidos específica o principalmente al público infantil.

Por su parte, el segundo párrafo aclara que dichas franjas únicamente serán aplicables cuando el operador no ostente licencias singulares asociadas a las modalidades de juegos a las que resultan de aplicación las reglas de difusión audiovisual recogidas en el artículo 18 del Real Decreto 958/2020. En tal caso, esto es, si el operador ostenta licencias singulares asociadas a modalidades a las que resultan de aplicación las limitaciones previstas en el citado artículo (como por ejemplo, la ruleta o el black Jack, entre otros) únicamente podrán difundirse entre las 01:00 y las 05:00. A este respecto, es preciso señalar que tal y como consta en la página web de la Dirección General de Ordenación del Juego, Bingosoft ostenta las siguientes licencias singulares:

“Bingo”, “Ruleta”, “Black Jack” y “Máquinas de azar – slot”. Por lo tanto, sería de aplicación lo previsto en el párrafo segundo del artículo 20 del Real Decreto 958/2020.

No obstante lo anterior, el propio Real Decreto 958/2020, en su Disposición Transitoria cuarta, recoge un periodo transitorio de adaptación para aquella publicidad que se difunda en ejecución de contratos publicitarios suscritos con prestadores de servicios de comunicación audiovisual con anterioridad a la entrada en vigor del Real Decreto, publicidad que se podrá seguir difundiendo en los horarios previamente previstos en el Código de Juego hasta el 30 de agosto de 2021.

2. En definitiva, si la publicidad que nos ocupa fue difundida en ejecución de un contrato posterior a la entrada en vigor del Real Decreto 958/2020, la emisión de la Publicidad Reclamada debería limitarse a la franja horaria entre la 01:00 y las 05:00 horas, tal y como establece su artículo 18 en relación con el artículo 20, segundo párrafo.

En caso contrario, esto es, en el supuesto de que la publicidad hubiese sido difundida en ejecución de un contrato suscrito en una fecha anterior al 5 de noviembre de 2020, resultaría aplicable lo dispuesto en la mencionada Disposición Transitoria cuarta del Real Decreto 958/2020:

*“1. Hasta el 30 de agosto de 2021 podrán seguir difundándose comunicaciones comerciales de los operadores de juego derivadas de contratos suscritos con anterioridad a la entrada en vigor de este Real Decreto con prestadores de servicios de comunicación audiovisual o con prestadores de servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma sin necesidad de adaptarse a las reglas de difusión previstas en los artículos 18 a 22 y 25.2”.*

En tales circunstancias, hasta el 30 de agosto de 2021, podrían difundirse comunicaciones comerciales televisivas de bingo como la que ahora nos ocupa dentro de los horarios permitidos por la normativa anterior, esto es, la citada norma 8 del Código de Juego, en particular, su apartado 2:

*“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”.*

A este respecto, el artículo 7.2 de la Ley 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual establece que: *“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 los 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.

Por otra parte, al incluir la Publicidad Reclamada una promoción, habría que atender también a lo dispuesto en la norma 6.16 del Código de Juego:

*“Durante las retransmisiones en directo por cualquier medio de acontecimientos deportivos, hípicas o cualesquiera otros de naturaleza competitiva no podrán realizarse comunicaciones comerciales que difundan bonos o promociones de cualquier tipo dentro de la propia retransmisión”.*

3. Ante el relieve que, conforme a lo expuesto, tiene -de cara a la presente resolución- la fecha del contrato en cuya virtud se procedió a la difusión de la publicidad, el Jurado requirió expresamente a Bingosoft para que acreditase dicha fecha, con el objetivo de determinar si en este supuesto resultaba o no de aplicación la mencionada Disposición Transitoria cuarta del Real Decreto 958/2020.

Una vez aportado dicho contrato por la parte reclamada, esta Sección ha podido comprobar que éste se celebró en una fecha anterior a la entrada en vigor del Real Decreto 958/2020. Por tanto, resultaría aplicable el mencionado régimen transitorio, lo que, como ya dijimos, permitiría la difusión del anuncio en las condiciones establecidas en la normativa anterior del Código de Juego, esto es, fuera de las franjas de protección reforzada y de forma separada a programas dirigidos a niños (inmediatamente antes, durante o inmediatamente después de programas dirigidos a niños). Adicionalmente, al incluir el anuncio una promoción de un bono de bienvenida, en ningún caso podría difundirse durante las retransmisiones en directo de acontecimientos deportivos, hípicas o cualesquiera otros de naturaleza competitiva.

Pues bien, Bingosoft presentó un certificado mediante el que se acreditaba que el sábado 20 de marzo de 2021, el anuncio reclamado fue emitido fuera de franjas de protección reforzada de los menores. Asimismo, de la información contenida en dicho documento, se desprende que este no se emitió dentro o junto a programas dirigidos a menores, ni durante una retransmisión en directo de un acontecimiento deportivo. En virtud de lo anterior, este Jurado debe considerar que la Publicidad Reclamada no infringe lo dispuesto en las normas 6.16 y 8.2 del Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego.

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.