

**ACUERDO POR EL QUE SE DA CONTESTACIÓN A LA CONSULTA FORMULADA POR EL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA CON RELACIÓN A LA EMISIÓN POR TELEVISIÓN DE UN SPOT PUBLICITARIO DE LA PELÍCULA DE TERROR “NUNCA APAGUES LA LUZ”**

**CNS/D TSA/293/16/SPOT NUNCA APAGUES LA LUZ**

**SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

**Presidenta**

D<sup>a</sup>. María Fernández Pérez

**Consejeros**

D. Eduardo García Matilla

D<sup>a</sup>. Clotilde de la Higuera González

D. Diego Rodríguez Rodríguez

D<sup>a</sup>. Idoia Zenarrutzabeitia Beldarraín

**Secretario de la Sala**

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 6 de octubre de 2016

La Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC), en su reunión de 6 de octubre de 2016, ha acordado dar la presente contestación a la consulta formulada por el Consejo Audiovisual de Andalucía (en lo sucesivo CAA), con relación a la emisión por televisión de un spot publicitario de la película de terror “Nunca apagues la luz”.

**I. PLANTEAMIENTO DE LA CONSULTA**

Con fecha 20 de septiembre de 2016 ha tenido entrada en el Registro de la CNMC un escrito del CAA por el que se adjunta la “Decisión 23/2016 del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre la emisión del tráiler de una película de terror en televisiones de ámbito nacional”.

Según esta Decisión, el CAA *“ha tenido conocimiento de la emisión televisiva, en horario de protección de menores, del tráiler promocional de la película de terror “Nunca apagues la luz”, no recomendada para menores de 16 años. Su difusión en diversos prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito nacional ha ocasionado una importante polémica en las redes sociales, en tanto que padres y madres han pedido su retirada en horario protegido al poder generar en los menores de edad estados de miedo y de angustia”, por*

las imágenes de terror, los efectos sonoros y una banda sonora que potencia el impacto de dichas imágenes.

El anuncio ha sido emitido por prestadores del servicio televisivo de ámbito estatal, por lo que el CAA da traslado de su Decisión a esta Comisión, al objeto de que, en el ejercicio de sus atribuciones, analice la emisión del tráiler promocional de la película “Nunca apagues la luz” en distintos prestadores de ámbito nacional, en especial las circunstancias de dicha emisión -horario y calificación por edad-, con el fin de adoptar, si procede, las medidas correctoras pertinentes ante conductas que pudieran contravenir la legislación vigente.

Asimismo, solicita que se revisen los criterios de aplicación de las franjas de protección reforzada en los periodos vacacionales escolares, equiparándolas con los de los fines de semana y festivos, con el fin de obtener una mayor protección de los derechos de los menores en meses en los que los hábitos de consumo televisivo se modifican notoriamente.

## I. HABILITACIÓN COMPETENCIAL

De conformidad con el artículo 9 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC *“La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisará y controlará el correcto funcionamiento del mercado de comunicación audiovisual.”*

Y en los apartados tercero, cuarto y sexto del mismo artículo se prevé que, en particular, ejercerá las funciones de:

*“3. Controlar el cumplimiento de las obligaciones impuestas para hacer efectivos los derechos del menor y de las personas con discapacidad conforme a lo establecido en los artículos 7 y 8 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.*

*4. Supervisar la adecuación de los contenidos audiovisuales con el ordenamiento vigente y los códigos de autorregulación en los términos establecidos en el artículo 9 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.*

*6. Controlar el cumplimiento de las obligaciones, las prohibiciones y los límites al ejercicio del derecho a realizar comunicaciones comerciales audiovisuales impuestos por los artículos 13 a 18 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo”.*

A este respecto, el artículo 7 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA) establece determinadas previsiones sobre los derechos de los menores ante las emisiones televisivas, tanto de programas como publicitarias, y sobre la señalización y la calificación por edades de los contenidos audiovisuales. Asimismo, el artículo 18.7 del

mismo texto legal determina que *“La comunicación comercial audiovisual también está sometida a las prohibiciones previstas en el resto de normativa relativa a la publicidad”*.

Por otra parte, el artículo 5.2 de la Ley CNMC señala que esta Comisión actuará como órgano consultivo sobre cuestiones relativas al mantenimiento de la competencia efectiva y buen funcionamiento de los mercados y sectores económicos.

En consecuencia con lo indicado, la CNMC es el organismo competente, en cuanto autoridad reguladora, para conocer del escrito remitido por el CAA, al circunscribirse el mismo al ámbito interpretativo y de aplicación de la LGCA y su normativa de desarrollo, ámbito sobre el que esta Comisión despliega sus funciones en el sector audiovisual.

Atendiendo a lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la Ley CNMC y los artículos 8.2.j) y 14.1.b) del Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, por el que se aprueba el Estatuto Orgánico de la CNMC, el órgano decisorio competente para conocer este asunto es la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

## II. MARCO JURÍDICO APLICABLE A LA CONSULTA

La protección de los derechos de los menores ante la emisión de contenidos audiovisuales se regula en el artículo 7 de la LGCA. El apartado segundo de este artículo dispone que

*“Está prohibida la emisión de contenidos audiovisuales que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores y, en particular, la de aquellos programas que incluyan escenas de pornografía, maltrato, violencia de género o violencia gratuita.*

*Aquellos otros contenidos que puedan resultar perjudiciales para el desarrollo físico, mental o moral de los menores sólo podrán emitirse en abierto entre las 22 y las 6 horas debiendo ir siempre precedidos de un aviso acústico y visual, según los criterios que fije la autoridad audiovisual competente. El indicador visual deberá mantenerse a lo largo de todo el programa en el que se incluyan dichos contenidos. Cuando este tipo de contenidos se emita mediante un sistema de acceso condicional, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual deberán incorporar sistemas de control parental.”*

Asimismo, en este apartado se establecen unas franjas horarias consideradas de protección reforzada, en las cuales no pueden emitirse contenidos calificados como no recomendados para menores de 13 años. Dichas franjas están comprendidas 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 los sábados, domingos y fiestas de ámbito estatal.

Estas franjas coinciden, además, con las previstas en el Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia, firmado el 9 de diciembre de 2004 por el los principales operadores de televisión en abierto y donde se establece, en la modificación efectuada en 2011, que durante esas horas no podrán emitirse programas no recomendados para menores de 12 años. La conformidad con la normativa vigente del Código de Autorregulación ha sido verificada por esta Sala de Supervisión Regulatoria mediante Resolución de fecha 23 de junio de 2015, verificándose también el nuevo sistema de calificación por edades de productos audiovisuales, que sustituía a los anteriores criterios orientadores para la clasificación de programas televisivos.

Por otra parte, y en relación con la emisión de **comunicaciones comerciales**, el apartado tercero del artículo 7 de la LGCA dispone que *“Las comunicaciones comerciales no deberán producir perjuicio moral o físico a los menores”*. Y el Código de Autorregulación, en todo lo referido a las reclamaciones sobre publicidad se remite a lo establecido en el Acuerdo firmado entre la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI, órgano competente en el ámbito audiovisual en la fecha de la firma del Código de Autorregulación) y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), por el que se reconoce expresamente la utilidad del procedimiento de autorregulación en materia publicitaria y se establece el traslado de las reclamaciones a AUTOCONTROL para que conozca de ellas en primera instancia, ello sin perjuicio de la competencia y funciones que tenga atribuidas la autoridad audiovisual. Actualmente, la referencia a este Acuerdo ha de entenderse hecha al Acuerdo para el fomento de la corregulación sobre comunicaciones comerciales en televisión entre la CNMC y AUTOCONTROL, de fecha 15 de junio de 2015.

Asimismo, la publicidad sobre los tráiler de películas cinematográficas de estreno se regula en la normativa cinematográfica, en concreto, en los artículos 8 y 9 de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine y en el artículo 8 del Real Decreto 1084/2015, de 4 de noviembre, que la desarrolla.

### III. OBJETO Y ANÁLISIS DE LA CONSULTA

El CAA solicita, en primer lugar, que se analice la emisión del tráiler promocional de la película “Nunca apagues la luz” en distintos prestadores de ámbito nacional, en especial las circunstancias de dicha emisión respecto al horario y la calificación por edad, con el fin de adoptar, si procede, las medidas correctoras pertinentes ante conductas que pudieran contravenir la legislación vigente.

En el ejercicio de las facultades de inspección y supervisión que le atribuye el artículo 9 de la Ley CNMC, esta Comisión, a través de sus servicios técnicos, ha constatado que el tráiler de la película “Nunca apagues la luz” fue emitido 920 veces en numerosos canales de televisión, la mayoría de ellos en abierto. Dicho spot se emitió todos los días desde el 8 hasta el 20 de agosto de 2016 y, posteriormente, desde el 24 hasta el 27 del mismo mes.

Existen tres versiones de este spot, una de 20 segundos y otras dos más cortas de 10 segundos cada una de ellas. Analizado el anuncio, en todos sus versiones se incluyen escenas de terror, miedo o angustia que por sus características, presencia o presentación podrían resultar perjudiciales para el desarrollo físico, mental o moral de los menores, por lo que, según lo previsto en el párrafo segundo del artículo 7.2 de la LGCA, deberían emitirse en horario adulto, entre las 22 y las 6 horas.

Al menos, y en virtud tanto del sistema de calificación por edades de productos audiovisuales del Código de Autorregulación, como de los criterios orientadores para la calificación de contenidos audiovisuales, aprobados por esta Sala mediante Resolución de 9 de julio de 2015, los contenidos emitidos en el tráiler no serían adecuados para menores de 16 años.

A este respecto, se ha comprobado que todas las inserciones de cualquiera de las versiones del spot se han emitido entre las 22 y las 6 horas, fuera de la franja de protección general de los menores, por lo que en este sentido no se produce una conculcación de la Ley. En todo caso, habida cuenta de que, como se indica más arriba, la calificación de los contenidos emitidos en el tráiler sería la de no recomendada para menores de 16 años, estas inserciones se podrían haber realizado de acuerdo a la norma siempre que no se emitieran dentro del horario de protección reforzada al que se refiere el citado artículo 7.2 de la LGCA.<sup>1</sup>

En cuanto a la calificación por edades del tráiler, se ha de tener presente que se trata de una comunicación comercial audiovisual y que está destinada a promocionar una película cinematográfica cuyo estreno estaba previsto para el 19 de agosto de 2016. Se ha comprobado que, en cualquier caso, se ha respetado lo dispuesto al efecto en la normativa cinematográfica y en la Resolución aprobada por esta Sala el 9 de junio de 2016, “por la que se modifica de oficio la de esta Comisión de 1 de marzo de 2016 por la que se requiere a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual para que, en la emisión de comunicaciones comerciales sobre películas cinematográficas de estreno, informen sobre la calificación por edades de las películas y la calificación de los avances”.

---

<sup>1</sup> Entre las 8 y 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.

En efecto, la competencia para otorgar las calificaciones de las películas cinematográficas con anterioridad a su estreno en las salas de cine la ostenta el Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), según la normativa sobre el cine. Y que dicha calificación, o en su defecto, que todavía está pendiente de calificar, ha de indicarse por los sujetos que lleven a cabo actos de publicidad de las películas cinematográficas.

En este sentido, hasta el 19 de agosto la sobreimpresión que aparece al final del spot para informar sobre la calificación por edades de la película, si bien de manera fugaz, es la de “película pendiente de calificación por edades”, presumiblemente por no disponer los operadores de televisión de la calificación otorgada por el ICAA, y a partir del 20 de agosto aparece al final del spot, también de manera fugaz, el pictograma informativo en el que se indica que la calificación por edades de la película es la de “no recomendada para menores de 16 años”. Ya se ha indicado, de todas maneras, que su emisión siempre ha sido posterior a las 22 horas.

Se ha de poner de manifiesto también que en el marco de la autorregulación sobre los contenidos televisivos, se han interpuesto a través de la página web TVinfancia varias reclamaciones de particulares (31) sobre la emisión de este spot. En aplicación de lo dispuesto en el Código de Autorregulación, la CNMC, con fecha 9 de septiembre de 2016 dio traslado de estas reclamaciones a AUTOCONTROL para que se pronunciase sobre las mismas con anterioridad a la reunión de la próxima Comisión Mixta de Seguimiento donde se analizarán en detalle.

En relación con estas reclamaciones, el Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL las acumuló a otras 10 que había recibido de forma directa, y dictó el 21 de septiembre de 2016 una Resolución por la que se desestimaron las reclamaciones, pues a pesar de que el contenido de la publicidad reclamada es claramente desaconsejable para los menores, se ha acreditado que todos los spots fueron emitidos en la franja comprendida entre las 22 y las 6 horas, tal como se recomendaba en los dos Copies Advice (consultas previas) positivos que se habían efectuado con anterioridad a la emisión del anuncio.

En otro orden de cosas el CAA, teniendo en cuenta otras reclamaciones recibidas durante los meses de verano referidas a contenidos inadecuados para menores, cree necesaria una revisión de los criterios de aplicación de las franjas de protección reforzada en los periodos vacacionales escolares, equiparándolas con los de los fines de semana y festivos. Y que debería recordarse a los prestadores lo indicado explícitamente en el Código de Autorregulación respecto a una mayor sensibilidad en la programación en estos periodos. Por ello, solicita esta revisión con el fin de obtener una mayor protección de los derechos de los menores en meses en los que los hábitos de consumo televisivo se modifican notoriamente.

A este respecto, se ha de indicar que en la LGCA no se distingue en los períodos de vacaciones escolares unas franjas de protección reforzada para los menores distintas de las establecidas con carácter general para los días laborables y los fines de semana y festivos, por lo que sería necesaria una modificación legislativa al efecto si se desea reforzar la protección de los menores ante los contenidos televisivos durante los períodos vacacionales, tal como señala el CAA.

En el Código de Autorregulación las franjas de protección reforzada son coincidentes con las establecidas en la LGCA. Sin embargo, en el ámbito de la autorregulación sí es posible modificar las franjas de protección reforzada en aras de una mayor consideración de los derechos de los menores, siempre y cuando se siga el procedimiento de revisión establecido en el Código, cuyas modificaciones deberán ser aprobadas por unanimidad del Comité de Regulación, es decir, la totalidad de los operadores de televisión adheridos al Código.

Además, el apartado III.2.e) del Código de Autorregulación dispone que

*“En los periodos de vacación escolar serán de aplicación las franjas de protección reforzada establecidas 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”.***

La CNMC, en cuanto Autoridad Audiovisual, ha debatido en distintas ocasiones las mejoras que podrían adoptarse en la normativa vigente, con el fin de adaptar los horarios de protección de los menores, según la calificación de los programas, a los hábitos de consumo de las familias. En cualquier caso, y al margen de los cambios legislativos que pudieran producirse en el futuro, la CNMC abordará la problemática específica de los contenidos emitidos en los períodos de vacaciones escolares y que pueden suponer un perjuicio para los menores y propondrá a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual adheridos al Código de Autorregulación que se comprometan a aportar las soluciones que estimen más idóneas dentro del ámbito de la autorregulación, incluyendo entre las medidas a adoptar la revisión del Código.

En todo caso, se les recordará lo dispuesto en el apartado III.2.e) mencionado anteriormente, así como los principios generales recogidos en el apartado II del Código respecto a los menores y la programación televisiva en horario de protección general de 6 a 22 horas. Algunos de estos principios son los siguientes:

- *Colaborar en una correcta y adecuada alfabetización de los niños, evitando el lenguaje indecente o insultante, incluyendo, expresamente, los mensajes SMS que aparecen en pantalla.*

- *Evitar la incitación a los niños a la imitación de comportamientos perjudiciales o peligrosos para la salud, especialmente: la incitación al consumo de cualquier tipo de droga y el culto a la extrema delgadez.*
- *Evitar la utilización instrumental de los conflictos personales y familiares como espectáculo, creando desconcierto en los menores.*
- *Evitar los mensajes o escenas de explícito contenido violento o sexual que carezcan de contenido educativo o informativo en los programas propios de la audiencia infantil, así como en sus cortes publicitarios.*

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual y notifíquese a los interesados.