



*Defensoría del Público de Servicios de
Comunicación Audiovisual*

Buenos Aires, 31 JUL 2013

VISTO la Actuación N° 88/2013 del Registro de esta DEFENSORÍA DEL PÚBLICO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN, la Ley N° 26.522, y,

CONSIDERANDO

Que mediante el Artículo 19 inciso a) de la Ley N° 26.522 fue creada la DEFENSORÍA DEL PÚBLICO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, encontrándose dentro de sus misiones y funciones la de atender las consultas, denuncias y reclamos del público de los servicios de comunicación audiovisual.

Que el día 6 de mayo de 2013 se inició la Actuación mencionada en el VISTO a raíz de una denuncia referida a una publicidad emitida por Canal 9 en el horario apto para todo público. Puntualmente, la denunciante señala: "Desde hace 6 meses que denuncié en AFSCA lo siguiente: Canal 9 todas las tardes emite publicidad de pornografía, para adultos obviamente, durante el horario de protección al menor y dice textualmente 'Mandá Video al 2090'. Ejemplo: 2/05/2013 y 3/5/2013 a las 13:49 hs. Y 14:32 hs. respectivamente [...] No entiendo por qué esto no se levanta y se sanciona al medio como corresponde, me gustaría que me dieran una explicación al respecto porque jamás la he recibido." La denunciante reiteró los términos de su reclamo el día 20 de mayo de 2013.



*Defensoría del Público de Servicios de
Comunicación Audiovisual*

Que la DIRECCIÓN DE FISCALIZACIÓN Y EVALUACIÓN de la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (AFSCA) remitió copia de la pieza cuestionada lo cual permitió a la Defensoría constatar que los días 2 y 3 de mayo de 2013, entre las 13:49 y las 14:32 horas, es decir, en el horario apto para todo público, efectivamente se puso al aire dicha publicidad.

Que al visualizar la pieza, esta Defensoría del Público advirtió que en la publicidad se mostraba una imagen difusa en negro acompañada por una voz en off femenina que pronunciaba la frase "Mandá video al 2090". De esta manera, la publicidad instaba a los televidentes a mandar un mensaje de texto sin que se explicitara qué tipo de videos se recibirían en el celular una vez enviado el mensaje.

Que a fin de despejar el interrogante sobre el tipo de videos a los que podía accederse mediante dicha operación, el día 17 de mayo del corriente esta Defensoría envió desde un teléfono celular la palabra "Video" al número 2090. A los pocos segundos se recibió en forma de mensaje el siguiente texto: "Bienvenido a SEXY¿DESCARGA! Precio 8.42 x sem. Desuscripción: Baja al 2090". Lo mismo ocurrió días después, el 27 de mayo del corriente, cuando el mismo mensaje se envió desde otro teléfono celular.

Qui
Que el día 17 de mayo de 2013 este Organismo envió nota a TELEARTE S.A. Canal 9 (Nota N° 1169/2013) para poner en su conocimiento la existencia de la denuncia y otorgarle la posibilidad de tomar vista de la actuación y de remitir las consideraciones que estimara corresponder.



*Defensoría del Público de Servicios de
Comunicación Audiovisual*

Que por su parte la DIRECCIÓN DE ANÁLISIS, INVESTIGACIÓN Y MONITOREO de esta Defensoría del Público realizó un informe sobre la pieza publicitaria en cuestión. En dicho informe señaló que "la pieza puede despertar la curiosidad de los niños y niñas televidentes e inducirlos/as a enviar el mensaje y corroborar qué se recibe a cambio. De hecho, en tanto público potencial de esta publicidad —es emitida dentro del horario apto para todo público—, es dable y previsible la situación de una indagación por parte de los niños y niñas acerca de la misteriosa invitación publicitaria de la que son objeto." Y concluye: "esta Dirección considera necesario advertir a los realizadores de la pieza publicitaria y al canal emisor acerca de los aspectos problemáticos del uso del código de interferencia, la omisión del servicio promocionado y la entonación de la presentadora en off en tanto tales atributos serían en principio inapropiados para su emisión en el horario de 'apto para todo público', atendiendo a las confusiones que la falta de datos pueden inducir entre los niños y niñas televidentes."

Que el día 3 de junio de 2013, TELEARTE S.A. Canal 9 respondió a la notificación cursada aclarando que no compartía la opinión de la DIRECCIÓN DE ANÁLISIS, INVESTIGACIÓN Y MONITOREO de la Defensoría respecto a que el mensaje de la publicidad en cuestión mencionara o diere a entender que el material a recibir fuera de índole pornográfica, señalando: "esta parte sostiene que no ha transgredido la Ley, ya que las imágenes exhibidas por escasos segundos no tienen connotación erótico o sexual, ni tampoco lo tienen los mensajes que reciben utilizar "SMS VIDEO al 2090". Sin

Qui



*Defensoría del Público de Servicios de
Comunicación Audiovisual*

perjuicio de ello, Canal 9 informó que "la publicidad ha sido sacada del aire y no volverá a ser emitida".

Que en virtud del mensaje de texto enviado el día 27 de mayo de 2013, el día 16 de junio del corriente se recibió un mensaje de texto del número 2090 que indicaba: "Te recordamos que estás suscripto al servicio de SEXY ¿DESCARGA! Descarga tus contenidos disponibles en: [www.http//goo.gl/zjlx](http://goo.gl/zjlx)". Es por ello que esta Defensoría pudo constatar que una vez suscrito el servicio, en la citada dirección de Internet se accedía a una página web que contenía fotografías de mujeres semidesnudas en poses eróticas y videos eróticos (documentación volcada en un DVD agregado a la Actuación).

Que la DIRECCIÓN DE PROTECCIÓN DE DERECHOS Y ASUNTOS JURÍDICOS de esta Defensoría del Público analizó el planteo central de este reclamo que es la pertinencia de la publicidad descrita en el horario de protección en el cual se emite.

Que la publicidad así como la programación de los servicios de comunicación audiovisual, cuando se emitan dentro del horario de protección, es decir entre las 6 y las 22 horas, deben ser aptas para todo público (Artículo 68 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, Ley N° 26.522). En líneas generales, y sintéticamente, es pertinente señalar que las normas y pautas sobre programación vigentes en distintos países del mundo coinciden en caracterizar como "apta para todo público" en televisión, a un tipo de programación que excluye conflictos que no puedan ser decodificados por la audiencia infantil y que puedan resultarles perjudiciales para su desarrollo, que además reduce al mínimo la violencia y sus representaciones explícitas, y que limita la

Qui



*Defensoría del Público de Servicios de
Comunicación Audiovisual*

presentación de escenas, situaciones o diálogos de índole sexual a marcos interpretativos y finalidades educativas.

Que el sustento del sistema adoptado por el Artículo 68 de la Ley 26.522 es la Convención sobre los Derechos del Niño (aprobada por nuestro país mediante la Ley 23.849) con jerarquía constitucional en Argentina desde la reforma de 1994. El Artículo 17 de la Convención destaca el papel que cumplen en las sociedades contemporáneas los medios de comunicación y obliga a los Estados a "...velar porque el niño tenga acceso a información y material procedente de diversas fuentes [...] en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental. Con tal objeto los Estados parte: [...] e) Promoverán la elaboración de directrices apropiadas para proteger al niño contra toda información y material perjudicial para su bienestar".

Que adoptando el mismo paradigma que propone la Convención, nuestro país sancionó en 2005 la Ley 26.061, de Protección Integral de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes, que es de obligatorio cumplimiento para la televisión y la radio según dispone el Artículo 71 de la Ley 26.522. En su Artículo 3 la Ley de Protección Integral de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes define el interés superior del niño como la máxima satisfacción, integral y simultánea de los derechos y garantías reconocidos por la ley. Debiéndose respetar: [...] c) El respeto al pleno desarrollo personal de sus derechos en su medio familiar, social y cultural". Los servicios de comunicación audiovisual coadyuvan a la configuración de los entornos culturales diversos de cada niño, niña y adolescente. La transformación radical que supone la Ley

Qui



*Defensoría del Público de Servicios de
Comunicación Audiovisual*

26.522 en cuanto ancla su actividad de los servicios audiovisuales en el paradigma de los derechos humanos los obliga a considerar de forma prioritaria la protección de los derechos de los niños y su interés superior.

Que si bien la publicidad debe respetar los mismos parámetros fijados por la Ley 26.522 para la programación de los servicios de comunicación audiovisual, los mensajes publicitarios en tanto estrategia dirigida a la venta de productos y servicios, pueden poner a la niñez en una situación de mayor desprotección y vulnerabilidad.

Que ello ocurre en este caso: aun sin exhibir imágenes inadecuadas para el horario, la publicidad ofrece un producto dirigido a las personas adultas y lo hace a través de un mensaje dirigido precisamente a los adultos pero capaz de despertar la curiosidad de niños y jóvenes que disponen en la inmensa mayoría de hogares de un teléfono celular propio o familiar para desasnarse de la intriga (según la investigadora Roxana MORDUCHOWICZ, autora de Los adolescentes del siglo XXI, los consumos culturales en un mundo de pantallas, "el celular es el medio que más creció en los últimos años y el único que no distingue sector social. Prácticamente todos los chicos de 15 a 17 y muchísimo más que la mitad de 11 a 14, tienen celular", en Página/12, 12 de mayo de 2013).

Que de esta manera, en el caso que se analiza, la transgresión al apto para todo público no está dada por la exhibición de imágenes o situaciones vedadas entre las 6 y las 22 horas (que están contempladas en el Artículo 107 de la Ley 26.522), sino en la promoción velada de servicios no aptos. Frente a esta situación debe primar la



*Defensoría del Público de Servicios de
Comunicación Audiovisual*

protección de los derechos de quienes resultan más vulnerables entre la audiencia potencial del mensaje, es decir, los menores de edad.

Que además la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual fija pautas específicas en relación con la emisión de publicidad en su Artículo 81 que dispone: "Los avisos publicitarios [...] no inducirán a comportamientos perjudiciales para el ambiente o la salud física y moral de los niños, niñas y adolescentes" (inciso i).

Que como se ha señalado, esta Defensoría pudo constatar que la publicidad cuestionada exponía a los niños, niñas y adolescentes televidentes de Canal 9 en el horario de la tarde, a una potencial afectación de su moral ya que el servicio por suscripción ofrecido a través del número 2090 les habilita un tipo de material que puede resultar inconveniente para su desarrollo cuando no cuentan con los elementos necesarios para comprenderlo. Además, como se ha mencionado, la falta de información de la publicidad y la ausencia de elementos para decodificar de qué producto se trata, puede sorprenderlos en su inexperiencia.

Que debe tomarse en consideración, a los fines de concluir la presente actuación, que TELEARTE S.A. Canal 9, no obstante disentir con las observaciones de la DIRECCIÓN DE ANÁLISIS, INVESTIGACIÓN Y MONITOREO de esta Defensoría del Público, decidió dejar de exhibir esta publicidad.

 Que la presente se dicta en uso de las facultades conferidas por el Artículo 19 de la Ley 26.522 y la Resolución Conjunta de la HONORABLE CÁMARA DE SENADORES y la HONORABLE CÁMARA DE DIPUTADOS DE LA NACIÓN de fecha 14 de noviembre de 2012, Expediente N° 3933-S-2012 y 7764-D-2012.



*Defensoría del Público de Servicios de
Comunicación Audiovisual*

Por ello

LA DEFENSORA DEL PÚBLICO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN
AUDIOVISUAL

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º: Téngase por concluida la presente actuación en base a los Considerandos de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2º: Téngase presente la decisión de TELEARTE S.A. Canal 9 de dejar de exhibir la publicidad que proponía "Mandá Video al 2090", teniendo en cuenta las observaciones sobre los derechos de los niños, niñas y adolescentes, para futuras contrataciones publicitarias en los servicios de comunicación audiovisual.

ARTÍCULO 3º: Remítase copia de la presente Resolución a TELEARTE S.A. Canal 9, al denunciante y a la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.

ARTÍCULO 4º: Regístrese, difúndase en la página web del Organismo, y oportunamente archívese.

RESOLUCIÓN N°



1064

Lic. Cynthia Ottaviano
Defensora del Público
de Servicios de Comunicación Audiovisual