



*Defensoría del Público de Servicios de
Comunicación Audiovisual*

Buenos Aires, 21 AGO 2013

VISTO la Actuación N° 166/2013 del Registro de esta DEFENSORÍA DEL PÚBLICO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, 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 3 de junio de 2013 se inició la Actuación mencionada en el VISTO a raíz de una denuncia referida a una publicidad emitida por la señal Magazine en el horario apto para todo público. Puntualmente, la denunciante señalaba que la "Señal de cable Magazine tv. emite a partir de las 15.00 hs. y todas las tardes, publicidad dirigida a adultos donde dice con la pantalla en negro y fotos a contraluz de mujeres con la voz sugerente de una mujer en off `MANDÁ FOTO AL 2090 Y MIRAME`." Agregando: "Esto no es apto dentro del horario de protección al menor. Espero que lo chequeen, se corrija y se sancione al canal".

Que la empresa EJES DE COMUNICACIÓN remitió, a solicitud de la DEFENSORÍA, copia del tramo de programación durante el cual se indicaba la inclusión de la publicidad, lo cual permitió constatar que el día 31 de mayo del corriente durante el horario apto para todo público, efectivamente la señal Magazine emitió dicha publicidad.



*Defensoría del Público de Servicios de
Comunicación Audiovisual*

Que al visualizar la pieza, esta Defensoría del Público pudo constatar que la voz en off incluida en la publicidad textualmente proponía: "Si querés ver la foto que está atrás de esta placa, mandá foto al 2090 y miráme. Foto, al 2090". El mensaje es proferido por una voz femenina al tiempo que estas palabras aparecen simultáneamente escritas en la parte inferior de la pantalla en color amarillo ("FOTO"), blanco ("al") y verde ("2090"). Todo ello se emite sobre un fondo negro abarcando la totalidad de la pantalla.

Que de esta manera, la publicidad instaba a los televidentes a mandar un mensaje de texto sin que se explicitara qué tipo de fotos se recibirían en el celular luego de enviar el mensaje.

Que el día 12 de junio de 2013 este Organismo envió una nota a ARTE RADIOTELEVISIVO ARGENTINO S.A. – ARTEAR- (Nota N° 1333/2013) para poner en su conocimiento la existencia de la denuncia y darle la posibilidad de tomar vista de la actuación y de remitir las consideraciones que estimara corresponder.

Que por su parte la DIRECCIÓN DE ANÁLISIS, INVESTIGACIÓN Y MONITOREO de esta Defensoría realizó un informe sobre la pieza publicitaria en cuestión. De acuerdo con el informe, además de los elementos ya descriptos, la misma presenta, en la parte superior de la pantalla, cuatro figuras a contraluz generadas por un flash fotográfico que, al dispararse contra la pantalla del televidente, repone las siluetas de cuerpos femeninos en posiciones culturalmente interpretadas como sensuales.

Que asimismo señala el análisis que la pieza no explicita a qué tipo de imágenes se accede tras enviar "FOTO" al 2090 y que de esta manera la publicidad omite un dato fundamental que es el tipo de servicio/producto que se obtendrá al enviar el mensaje.



*Defensoría del Público de Servicios de
Comunicación Audiovisual*

Que señala el informe que si bien este hecho es problemático cualquiera sea el público destinatario de la pieza publicitaria, su emisión dentro del horario apto para todo público en tales condiciones (es decir, desprovista de los elementos necesarios para identificar cuál es la imagen que el servicio publicita) comporta un problema adicional, ya 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 consumidor de esta publicidad —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 potencial objeto.

Que la DIRECCIÓN DE ANÁLISIS, INVESTIGACIÓN Y MONITOREO de esta Defensoría del Público señaló por último que los elementos que integran la pieza publicitaria, y que ya hemos descripto, inducen a considerar que efectivamente se trata de una publicidad dirigida a un público adulto ya que construyen una totalidad en la que lo erótico —entendido en su dimensión velada, sugestiva, insinuante, misteriosa e imaginativa— y su posible referencia a la pornografía —como mostración directa, visual, profanadora, cosificadora, convocante a una realización física y sexual— emergen en esta publicidad. Es decir, el sentido de lo que se muestra se produce en el marco implícito de los silencios y las evocaciones de la publicidad.

Que el día 16 de junio de 2013, la Defensora del Público, la Directora de Protección de Derechos y Asuntos Jurídicos y la Subdirectora de Protección de Derechos del Organismo se reunieron con la apoderada de ARTE RADIOTELEVISIVO ARGENTINO S. A. a propósito de distintas actuaciones en trámite, oportunidad en la cual se conversó también



*Defensoría del Público de Servicios de
Comunicación Audiovisual*

sobre la denuncia a la que refiere la presente Resolución. La apoderada del Canal informó haber transmitido la denuncia al área comercial para que no continúe emitiéndose la publicidad.

Que a su vez el día 10 de julio de 2013 esta Defensoría del Público recibió respuesta de la notificación cursada a ARTE RADIOTELEVISIVO ARGENTINO S .A. (ARTEAR) el día 12 de junio de 2013. En dicha respuesta ARTEAR señaló: "sin perjuicio de considerar que la publicidad mencionada era apta para todo público, informamos que hemos procedido a suspender su emisión. Por otro lado, hacemos saber que es política habitual de esta empresa no vulnerar los principios de protección al menor teniendo en consideración el horario apto para todo público, y continuaremos con el mismo criterio".

Que la DIRECCIÓN DE PROTECCIÓN DE DERECHOS Y ASUNTOS JURÍDICOS de esta Defensoría 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, emitidas entre las 6:00 y las 22:00 horas, deben ser aptas para todo público (Artículo 68 de la Ley N°26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual). Como esta Defensoría ha señalado en la Resolución N° 64 de fecha 31 de julio de 2013 —originada en un reclamo por la emisión de una publicidad de similares características en un canal de televisión—, 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



*Defensoría del Público de Servicios de
Comunicación Audiovisual*

mínimo la violencia y sus representaciones explícitas, y que limita las 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) que junto con otros tratados de derechos humanos goza de jerarquía constitucional en Argentina desde la reforma del año 1994 (Artículo 75, inciso 22 de la Constitución Nacional). Particularmente el Artículo 17 de dicha 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 el especial cuidado que deben recibir los niños, niñas y adolescentes se contempla además en otros tratados internacionales de derechos humanos. En este sentido, la DECLARACIÓN UNIVERSAL DE DERECHOS HUMANOS, también de jerarquía constitucional, proclama en su Artículo 25 inciso 2 que: "La maternidad y la infancia tienen derecho a cuidados y asistencia especiales." A su vez la DECLARACIÓN DE LOS DERECHOS DEL NIÑO, citada en el preámbulo de la Convención, expresa: "el niño, por su falta de madurez física y mental, necesita protección y cuidado especiales, incluso la debida protección legal, tanto antes como después del nacimiento".



*Defensoría del Público de Servicios de
Comunicación Audiovisual*

Que adoptando el mismo paradigma que propone la CONVENCIÓN DE LOS DERECHOS DEL NIÑO, nuestro país sancionó en el año 2005 la Ley 26.061 de Protección Integral de los Derechos de 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 de acuerdo con el cual: "Quienes produzcan, distribuyan, emitan o de cualquier forma obtengan beneficios por la transmisión de programas y/o publicidad velarán por el cumplimiento de lo dispuesto [...] (por la ley) 26.061, sobre protección integral de los derechos de las niñas, niños y adolescentes así como de sus normas complementarias y/o modificatorias".

Que en su Artículo 3, la citada Ley de Protección Integral 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". Tal como tiene dicho esta Defensoría, los servicios de comunicación audiovisual coadyuvan a la configuración de los entornos culturales diversos de cada niño, niña y adolescente. Al mismo tiempo, pueden impactar de modos diversos en su subjetividad en pleno desarrollo. Es por ello que la transformación radical que supone la Ley 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 la Ley 26.522 en su Artículo 4 define a la comunicación audiovisual como una actividad cultural. La Nota a ese artículo remite a la CONVENCIÓN DE LA UNESCO SOBRE LA PROTECCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA DIVERSIDAD DE LAS EXPRESIONES CULTURALES, ratificada por nuestro país, de acuerdo con la cual "...las actividades, los



*Defensoría del Público de Servicios de
Comunicación Audiovisual*

bienes y los servicios culturales son de índole a la vez económica y cultural, porque son portadores de identidades, valores y significados, y por consiguiente no deben tratarse como si solo tuviesen un valor comercial". En este marco, la Ley 26.522 obliga a los servicios de comunicación audiovisual a tener en consideración al público en su actividad, y en especial a los niños, niñas y adolescentes como sujetos de derecho y no como meros consumidores de una mercancía.

Que en cuanto a las pautas sobre publicidad, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual contempla especialmente la protección de la audiencia infantil. Al respecto el Artículo 81 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 la publicidad objeto de la denuncia no explicita qué tipo de fotos se reciben al enviar el mensaje, es decir, no especifica el material que ofrece e insta a consumir, omitiendo así un dato fundamental del tipo de producto que se obtiene al enviar el mensaje. A su vez, los elementos de la publicidad inducen a pensar que está dirigida al público adulto, no obstante por su horario de emisión se encuentran expuestos a ella los niños, niñas y adolescentes.

Que como ya se ha señalado, esta Defensoría ha considerado un planteo originado en un reclamo por la emisión de una publicidad de similares características que proponía "MANDA VIDEO al 2090" en un canal de televisión dentro del horario apto para todo público. En aquella oportunidad, en el marco de la investigación sumaria que originó la denuncia, y a fin de despejar el interrogante sobre el tipo de material al que podía accederse mediante

Qui



*Defensoría del Público de Servicios de
Comunicación Audiovisual*

dicha operación, este Organismo envió, el día 17 de mayo del corriente, 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. Posteriormente, en virtud del mensaje enviado, el día 16 de junio de 2013 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)". De esta manera, la Defensoría pudo constatar que una vez suscripto 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 (al respecto, ver Resolución N° 64/2013 del registro de esta Defensoría).

Que por último debe tenerse en cuenta, que ARTE RADIOTELEVISIVO ARGENTINO S.A. (ARTEAR) pese a aclarar que consideraba que la publicidad era apta para todo público, decidió dejar de exhibirla, expresando textualmente: "sin perjuicio de considerar que la publicidad mencionada era apta para todo público, informamos que hemos procedido a suspender su emisión".

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 virtud de lo expuesto en los Considerandos de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2º: Téngase presente la decisión de ARTE RADIOTELEVISIVO ARGENTINO S.A. (ARTEAR) de dejar de exhibir la publicidad denunciada.

ARTÍCULO 3º: Ténganse en cuenta, para futuras contrataciones publicitarias, las presentes observaciones sobre los derechos de los niños, niñas y adolescentes en los servicios de comunicación audiovisual.

ARTÍCULO 4º: Remítase copia de la presente Resolución a ARTE RADIOTELEVISIVO ARGENTINO S.A. (ARTEAR), al denunciante y a la AUTORIDAD FEDERAL DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.

ARTÍCULO 5º: Regístrese, difúndase en la página web del Organismo y, oportunamente archívese.

RESOLUCIÓN N°

NO

076


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