

29.07.08

## **La Asociación de Usuarios de la Comunicación advierte que los nuevos espacios de sex shopping no deben incumplir la legislación ni el Código de Autorregulación en la protección de los menores.**

Recuerda que los espacios de TDT en abierto están sometidos a la misma legislación que los espacios en abierto de la televisión analógica.

Con motivo del lanzamiento de diferentes espacios de teletienda dedicados específicamente a artículos sexuales, que serán difundidos a través de espacios en la TDT, algunos medios de comunicación han señalado que dichos espacios "no estarán sometidos a ninguna restricción horaria", por lo que podrán emitirse en cualquier franja de la parrilla.

En relación a esta afirmación, la Asociación de Usuarios de la Comunicación desea aclarar lo siguiente:

- El marco legal vigente, que incorpora la Directiva de la Televisión sin Fronteras a través de la Ley 25/1994, de 12 de julio, señala en su artículo 16 que "la publicidad por televisión no contendrá imágenes o mensajes que puedan perjudicar moral o físicamente a los menores". Asimismo, el artículo 17.2 de esta Ley indica que "La emisión de programas susceptibles de perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores sólo podrá realizarse entre las veintidós horas del día y las seis horas del día siguiente".
- El Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia, suscrito en la actualidad por todas las cadenas de televisión de ámbito estatal y autonómico incluidas las que emiten exclusivamente a través de TDT, confirma que "en horario protegido no podrán emitirse programas clasificados como no recomendados para menores de 18 años" y añade que en las que considera franjas de protección reforzada (de 8 a 9 de la mañana y de 5 a 8 de la tarde) "no podrán emitirse programas clasificados como no recomendados para menores de 13 años". Estas restricciones se extienden a los mensajes publicitarios y promocionales, y de acuerdo con el Código afectan a todas las emisiones en abierto que efectúen los operadores adheridos quedando fuera únicamente los que recurren a filtrados en destino para garantizar el acceso condicional.

De acuerdo con lo anterior, los programas de sex shop, independientemente del modo en el que realicen la promoción de sus productos, deberán respetar las franjas de protección del menor para no incurrir en incumplimientos legales y deontológicos suscritos por las cadenas emisoras.

### **Para más información:**

Esperanza Rodríguez (91 501 67 73)  
Alejandro Perales (600 56 46 92)