

El presente folleto ha sido subvencionado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición. Su contenido es de responsabilidad exclusiva de la Asociación de Usuarios de la Comunicación.

La Asociación de Usuarios de la Comunicación

La ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC) es una organización independiente, sin ánimo de lucro, constituida al amparo de lo previsto en la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

Se encuentra inscrita en el Registro Estatal de Asociaciones de Consumidores y Usuarios. Pertenece al Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU).

La AUC cuenta con más de 11.000 asociados, un gran número de simpatizantes y una amplia presencia social. Ello es indicativo del progresivo peso que los medios de comunicación están adquiriendo en nuestra vida cotidiana como el incremento de la oferta telefónica y audiovisual, el uso de Internet, el comercio electrónico, la digitalización y la convergencia tecnológica. Tanto por las oportunidades positivas que conlleva su desarrollo como por los riesgos de su utilización abusiva por parte de empresas, gobierno y grupos de presión.

En los últimos años, la actividad de la AUC se ha centrado en los siguientes objetivos:

- ▶ **Vigilar** el respeto a los derechos fundamentales y derivados reconocidos por la Constitución Española, entre ellos:
 - Derecho a recibir **información veraz**.
 - Derecho al **honor** y a la **intimidad**.
 - Derecho a la no **discriminación por razones de sexo, edad o creencia**.
 - Protección de la **infancia** y a la **juventud**.
 - Derecho de participación en la toma de decisiones públicas por parte de los consumidores organizados.
- ▶ **Denunciar**, consecuentemente, los posibles **incumplimientos** de las leyes que desarrollan estos derechos: Ley General de Publicidad,
 - Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios,
 - Ley que incorpora la Directiva sobre la Televisión sin Fronteras,
 - Ley Orgánica de Protección de Datos Personales, etc.
- ▶ Desarrollar acciones en el campo de la **educación**, de la **concienciación social**, y de la **creación de opinión**: formación del profesorado de la ESO y de posgraduados en comunicación, publicidad y nuevas tecnologías; participación en foros, jornadas y debates; campañas de prensa, etc.
- ▶ Participar en **organismos nacionales e internacionales** de carácter consultivo en representación de los consumidores: Comité Económico y Social de la UE, Consejo Consultivo de la Agencia de protección de Datos, Consejo de Consumidores y Usuarios, Observatorio de la Publicidad, Grup d'Usuaris del Consell Audiovisual de Catalunya, Grupo Español de Comunicación de la UNESCO, etc.

En el ámbito de la **publicidad**, la AUC realiza anualmente el seguimiento y control de miles de anuncios, en todo tipo de medios y soportes. Como resultado de esta actividad se han modificado o cesado un gran número de campañas ilícitas.

También hemos conseguido diferentes sentencias judiciales, que pueden calificarse de "históricas" en relación a temas como la publicidad indirecta de alcohol y tabaco o las cláusulas abusivas en los folletos promocionales.



La regulación de la publicidad de películas cinematográficas

La regulación de la publicidad de películas cinematográficas



La regulación de la publicidad de películas cinematográficas

La calificación por edades de las películas cinematográficas, al igual que la del resto de productos audiovisuales, es una herramienta fundamental para que padres, tutores y otros adultos responsables puedan ejercer eficazmente su papel en la protección de los menores, además de ayudar a estos mismos a decidir sobre la idoneidad o no de los contenidos a los que se van a exponer.

Un canal fundamental para dar a conocer esa calificación por edades es la publicidad de los estrenos, tanto en la prensa, la radio y la televisión como en internet, en exterior o en las propias salas de exhibición. Y existe una legislación al respecto que deja claro que no cabe la posibilidad legal de que ninguna película se anuncie sin contar con la correspondiente calificación por edades.

Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad

Artículo 3. Publicidad ilícita

(...)

b) La publicidad dirigida a menores (...). No (...) deberá inducir a error sobre las características de los productos, ni sobre su seguridad, ni tampoco sobre la capacidad y aptitudes necesarias en el niño para utilizarlos sin producir daño para sí o a terceros.

(...)

d) La que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios.

Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine.

Artículo 8.1

Antes de proceder a la comercialización, difusión o publicidad de una película cinematográfica u obra audiovisual por cualquier medio o en cualquier soporte en territorio español, ésta deberá ser calificada por grupos de edades del público al que está destinada, mediante resolución del Director del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales previo informe de la Comisión de Calificación o por los órganos competentes de aquellas Comunidades Autónomas que ostenten competencias para la calificación de las películas y los materiales audiovisuales. Se exceptúan las obras audiovisuales que, de acuerdo con su normativa específica, sean objeto de autorregulación.

Artículo 9.1

Las calificaciones que hayan obtenido las películas cinematográ-

ficas y demás obras audiovisuales en España, de acuerdo con la obligación de calificación establecida en el artículo anterior, deben hacerse llegar a conocimiento del público, a título orientativo. Quienes lleven a cabo actos de comercialización, distribución, comunicación pública, publicidad, difusión o divulgación por cualquier medio de estas obras serán los responsables de que en dichos actos conste la calificación otorgada de manera que resulte claramente perceptible para el público. Se incluyen expresamente las empresas que presten servicios de vídeo bajo demanda o los titulares de sitios web, incluidos los que ofrecen listados ordenados y clasificados de enlaces a otros sitios web o servidores donde se alojen las obras cinematográficas o audiovisuales. A estos efectos, los obligados deberán recabar de los titulares de los derechos de distribución la información sobre la calificación que corresponda a la obra. Reglamentariamente se regularán los requisitos que puedan ser exigibles a este fin.

Artículo 38

Atribuye la iniciación, instrucción y resolución de los procedimientos sancionadores en el marco del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), sin perjuicio de las competencias de las Comunidades Autónomas.

Real Decreto 2062/2008, de 12 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 55/2007, modificado por el Real Decreto 490/2010, de 23 de abril.

Artículo 5.3

La publicidad de toda película u obra audiovisual, con independencia del medio o soporte empleado, deberá incluir obligatoriamente su calificación de forma que resulte claramente perceptible para el público. A estos efectos, las empresas distribuidoras, productoras o exhibidoras por cuya cuenta se lleve a cabo la publicidad, deberán comunicar la calificación de la obra a los titulares de los medios o soportes en los que dicha publicidad se inserte, que serán los responsables de incluir dicha calificación.

El artículo 39 de la Ley 55/2007 considera infracción grave "comercializar o difundir películas cinematográficas u obras audiovisuales sin que hayan sido objeto de calificación por grupos de edades, según lo establecido en el artículo 8.1". E infracción leve "los incumplimientos, por acción u omisión, de lo previsto en el artículo 9.1 relativo a la obligación de poner en conocimiento del público la calificación de las películas y obras audiovisuales, así como los incumplimientos relativos a los requisitos adicionales que se exijan reglamentariamente". Por su parte, según el artículo 40, las infracciones graves se sancionarán con multa de hasta 40.000 euros y las leves con apercibimiento o multa de hasta

4.000 euros, graduándose "en atención a la mera negligencia o intencionalidad del infractor, a la reincidencia en infracciones previamente sancionadas, al porcentaje de infracción en el caso de las infracciones previstas en los apartados 1.a), 2.a) y 3.a) del artículo 39 y, en su caso, a la recaudación de la sala y número de habitantes de la población".

Artículo 38.1

La verificación y el control respecto del cumplimiento de las obligaciones que se establecen en la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, así como las desarrolladas en este real decreto relativas a la calificación de las películas y su publicidad, inscripción en el Registro de Empresas y normas para las salas de exhibición, corresponden al ICAA en el ámbito de su competencia.

Real Decreto Ley 6/2015, de 14 de mayo, por el que se modifica la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, se conceden varios créditos extraordinarios y suplementos de créditos en el presupuesto del Estado y se adoptan otras medidas de carácter tributario.

Artículo 8

1. Las empresas distribuidoras deberán comunicar de manera fehaciente y con antelación el contenido de la resolución de calificación por edades de las películas u obras audiovisuales a los sujetos obligados a hacerlas públicas, que son todos aquellos que lleven a cabo actos de comercialización, distribución, comunicación pública, publicidad,

difusión o divulgación por cualquier medio de estas obras, incluidas las empresas que presten servicios de vídeo bajo demanda o los titulares de sitios web, entre los que ofrecen listados ordenados y clasificados de enlaces a otros sitios web o servidores donde se alojen las obras cinematográficas o audiovisuales.

2. Las calificaciones por edades que hayan obtenido las películas cinematográficas y otras obras audiovisuales en España deberán hacerse llegar a conocimiento del público por parte de los sujetos obligados a los que se refiere el apartado anterior; de manera bien visible y adecuada al medio o sistema del que se trate indicando, además, el número de expediente de calificación y la autoridad que lo haya expedido. Dichas calificaciones se otorgan a título orientativo, excepto la calificación "Película X", que está destinada exclusivamente para mayores de 18 años, lo que debe indicarse expresamente en los actos de comercialización de este tipo de obras, así como cumplir para su exhibición, publicidad o presentación con lo establecido en los apartados 2 y 3 del artículo 9 de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre.

3. La comunicación al público de la calificación de los avances de las películas cinematográficas deberá reflejar de forma clara y diferenciada cuál es la calificación obtenida por el avance y cuál la correspondiente a la película. De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 8.3 de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, como excepción al régimen general de calificación, se permite la exhibición del avance de una película que todavía no haya sido calificada. En estos casos, junto con la calificación que haya recibido el avance se indicará "película pendiente de calificación".

Vías de actuación contra los incumplimientos de la normativa

Cualquier persona que considere que la publicidad de películas cinematográficas, difundida por cualquier canal o soporte, conculca los anteriores principios, puede dirigirse a la **Asociación de Usuarios de la Comunicación** (www.auc.es) y presentar una queja. Desde AUC, en función de la naturaleza de la misma podremos actuar:

- Ante la autoridad administrativa competente, ya sea general o específica.
- Ante La Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol), si cabe presentar reclamación por incumplimiento del Código de esta entidad.
- Ante los tribunales, ejerciendo la acción de cesación para la que AUC cuenta con legitimación activa, de acuerdo con la Ley General de Publicidad.