

**Resolución 6/2010 del Consejo Audiovisual de Andalucía en relación a sobreimpresiones y *scrolls* en un *chat* de la cadena local de Huelva Canal Luz**

1. El día 28 de enero de 2010 el Consejo Audiovisual de Andalucía recibió una queja referida a la deficiente legibilidad de las sobreimpresiones y *scrolls* sobre precios y condiciones en un *chat* interactivo que emite la cadena local de Huelva Canal Luz. El reclamante se expresaba en los siguientes términos:

*En el Canal Luz de Huelva, a partir de las 12 de la noche aproximadamente, ponen un programa de chat interactivo mediante envío de un SMS, en el que prácticamente no se pueden leer las condiciones ni el precio, ya que la letra es demasiado pequeña y el precio del envío es caro. Me parece que es bastante fraudulenta esta práctica por parte de la emisora.*


2. El Consejo Audiovisual de Andalucía admitió a trámite la queja el 3 de febrero de 2010, en aplicación del apartado 21 del artículo 4 de la Ley 1/2004, según el cual es función del Consejo *vigilar el cumplimiento de lo establecido en la presente Ley y en la normativa en materia de programación de contenidos audiovisuales y emisión de publicidad, incluidos el patrocinio y la televenta.*

El Estatuto de Autonomía de Andalucía, reformado por Ley Orgánica 2/2007, de 19 marzo, reconoce en su artículo 131 al Consejo como la *autoridad audiovisual independiente encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales, tanto públicos como privados, en Andalucía, así como por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad.* Asimismo, su artículo 27 garantiza a los consumidores y usuarios de los bienes y servicios el derecho a la información, formación y protección en los términos que establezca la ley.

El 19 de marzo de 2010 se dio traslado de la queja a Canal Luz, solicitándole una copia de la emisión completa de una semana de programación de su cadena en la franja comprendida entre las 24:00 y las 02:00 horas. El 8 de abril tienen entrada en el Consejo las grabaciones requeridas, sin que el operador efectuara ninguna consideración sobre el fondo de la queja.


3. El Consejo ha visionado las grabaciones remitidas por el operador, en las que puede comprobarse la existencia efectiva del *chat* interactivo al que se refiere el reclamante. Se trata de un contenido que se emite de madrugada (con posterioridad a las doce de la noche) acompañando a distintos vídeos musicales. La pantalla aparece dividida: en la parte inferior, ocupando aproximadamente un cuarto de la pantalla, y distribuido en distintos rótulos, es donde se emiten los contenidos del *chat*, con mensajes de contactos exentos de contenido sexual explícito.

La disposición de los contenidos es, de arriba abajo, la siguiente:

|   |                           |                                  |        |            |
|---|---------------------------|----------------------------------|--------|------------|
| Código Seguro de verificación: ytqE4ZRUVaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarfirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarfirma</a><br>Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica. |                           |                                  |        |            |
| FIRMADO POR   | MONTABES PEREIRA JUAN     |                                  | FECHA  | 22/07/2010 |
| ID. FIRMA   | ws051.juntadeandalucia.es | ytqE4ZRUVaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j | PÁGINA | 1 / 9      |
| <br>ytqE4ZRUVaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j  |                           |                                  |        |            |

- Franja superior en la que se indica: *Luz <mensaje> al 995599*. También alterna con un *scroll* en el que se publicita: *Ahora mensajes de 2 en 2. 2 SMS por 2 Eur!!*. *Responde todas las confirmaciones!*
- Franja media con los contenidos del chat, ejs.:
  - § *Luz Mujer 46 busca para abla mesi ento sola.*
  - § *Luz chica de 28 gorda busca chicos para amistad que no les importe físico de 29 a 35 dejar número.*
  - § *LUZ KTAL DIVORCIADO D 50 BUSCA MUGER D 43 A 50 DELGADA Y CARIÑOSA AL SERIEDAD.*
  - § *Luz Chica d 27 busca amistad con chicos simpática, sincera y cariñosa.*
- Recuadro en la parte de derecha con la imagen de mujeres (algunas de ellas con connotaciones eróticas) y rótulos del tipo: *Llámame ahora 803 552 994, Conoce gente nueva, Party Luz o Suscríbete: Alta Luz al 797336, Lolitas ardientes*, etc. En este recuadro aparecen también de manera intermitente algunas sobreimpresiones fijas cuyo tamaño es notablemente inferior a las restantes. Sobre su legibilidad resulta difícil pronunciarse, dado que este factor depende de condiciones complejas, aunque sí puede indicarse que existe una mayor dificultad de lectura frente al resto de contenidos del *chat*. En algunos casos simplemente parecen repetir lo indicado en la parte inferior (ver punto 5).
- *Scroll* (sobreimpresión móvil) en el que se explicita lo siguiente: *El canal no se hace responsable del contenido de los mensajes publicados. Se tomarán las medidas legales oportunas contra toda aquella persona que envíe mensajes con número de teléfono diferentes al suyo o con información que pueda causar daños a terceros*. La velocidad con la que se desarrolla este rótulo es adecuada para su cómoda lectura.
- Sobreimpresión fija, que se mantiene a lo largo de toda la duración del chat: *+18 años. Tatamia Solutions S.L. Nº Atn Cte 902878715 [i@tatamia.com](mailto:i@tatamia.com). Precio: 2,22 EUR Imp. Inc.*

Tras el análisis realizado por el Consejo de las grabaciones remitidas por el operador, no puede concluirse de manera determinante que las sobreimpresiones y *scrolls* que aparecen en el *chat* nocturno sean ilegibles. De todas las que componen este contenido (fijas y móviles), únicamente una, la que aparece intermitentemente en el recuadro de la derecha, podría presentar algunos problemas de legibilidad dado su pequeño tamaño; no obstante es una cuestión sobre la que resulta complejo pronunciarse, pues depende de muchos factores que influyen en la visibilidad. En cualquier caso, el resto de sobreimpresiones y *scrolls* ofrecen información sobre precios y condiciones (+18 años), así como un aviso legal sobre el uso fraudulento del *chat*.

|   |                           |                                  |        |            |
|---|---------------------------|----------------------------------|--------|------------|
| Código Seguro de verificación: ytqE4ZRÜvaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarfirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarfirma</a><br>Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica. |                           |                                  |        |            |
| FIRMADO POR   | MONTABES PEREIRA JUAN     |                                  | FECHA  | 22/07/2010 |
| ID. FIRMA   | ws051.juntadeandalucia.es | ytqE4ZRÜvaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j | PÁGINA | 2 / 9      |
| <br>ytqE4ZRÜvaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j  |                           |                                  |        |            |

4. Partiendo de la necesidad de proteger los derechos de los telespectadores en su vertiente de consumidores y usuarios de servicios y a la vista de las funciones del Consejo Audiovisual en relación con la protección de los derechos y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales, se procede al análisis jurídico de las cuestiones que plantea la queja relativas a la inserción de información necesaria o letra de reducido tamaño en la comunicación comercial de servicios prestados a través de números de tarificación adicional; para analizar, primero, si el objeto de las emisiones objeto de queja pueden constituir un supuesto de publicidad engañosa, y segundo, si se respetan las condiciones impuestas por el Código de conducta para la prestación de los servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes.

Con carácter inicial, destacar que tras la modificación operada por Ley 29/2009, de 30 diciembre, la publicidad engañosa se enmarca en la regulación de la competencia desleal, por lo que debemos acudir a la Ley 3/1991, de 10 enero, de competencia desleal, cuyo art. 5.1 determina que:

*Se considera desleal por engañosa cualquier conducta que contenga información falsa o información que, aun siendo veraz, por su contenido o presentación induzca o pueda inducir a error a los destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico, siempre que incida sobre alguno de los siguientes aspectos:*

a) *La existencia o la naturaleza del bien o servicio.*

b) *Las características principales del bien o servicio, tales como su disponibilidad, sus beneficios, sus riesgos, su ejecución, su composición, sus accesorios, el procedimiento y la fecha de su fabricación o suministro, su entrega, su carácter apropiado, su utilización, su cantidad, sus especificaciones, su origen geográfico o comercial o los resultados que pueden esperarse de su utilización, o los resultados y características esenciales de las pruebas o controles efectuados al bien o servicio.*

c) *La asistencia posventa al cliente y el tratamiento de las reclamaciones.*


d) *El alcance de los compromisos del empresario o profesional, los motivos de la conducta comercial y la naturaleza de la operación comercial o el contrato, así como cualquier afirmación o símbolo que indique que el empresario o profesional o el bien o servicio son objeto de un patrocinio o una aprobación directa o indirecta.*

e) *El precio o su modo de fijación, o la existencia de una ventaja específica con respecto al precio.*

f) *La necesidad de un servicio o de una pieza, sustitución o reparación, y la modificación del precio inicialmente informado, salvo que exista un pacto posterior entre las partes aceptando tal modificación.*

g) *La naturaleza, las características y los derechos del empresario o profesional o su agente, tales como su identidad y su solvencia, sus cualificaciones,*

Código Seguro de verificación: ytqE4ZRUVaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarfirma>  
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

|  |                           |                                  |        |            |
|--|---------------------------|----------------------------------|--------|------------|
| FIRMADO POR  | MONTABES PEREIRA JUAN     |                                  | FECHA  | 22/07/2010 |
| ID. FIRMA  | ws051.juntadeandalucia.es | ytqE4ZRUVaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j | PÁGINA | 3 / 9      |
| <br>ytqE4ZRUVaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j |                           |                                  |        |            |

su situación, su aprobación, su afiliación o sus conexiones y sus derechos de propiedad industrial, comercial o intelectual, o los premios y distinciones que haya recibido.

h) Los derechos legales o convencionales del consumidor o los riesgos que éste pueda correr.

Asimismo, la Ley General de Publicidad determina en su art. 3.e) que son **ilícitas** "la **publicidad engañosa**, la **publicidad desleal** y la **publicidad agresiva**, que tendrán el carácter de actos de competencia desleal en los términos contemplados en la Ley de Competencia Desleal".

Por otro lado, el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, determina en su art. 60 que "antes de contratar, el empresario deberá poner a disposición del consumidor y usuario de forma clara, comprensible y adaptada a las circunstancias la información relevante, veraz y suficiente sobre las características esenciales del contrato, en particular sobre sus condiciones jurídicas y económicas, y de los bienes o servicios objeto del mismo".

Asimismo, su art. 20 determina –una vez modificado por la citada Ley 29/2009– que cuando las prácticas comerciales incluyan información sobre las características del bien o servicio y su precio –de un modo adecuado al medio de comunicación utilizado–, deberán contener, si no se desprende del contexto, la siguiente información:

a) Nombre, razón social y domicilio completo del empresario responsable de la oferta comercial y, en su caso, nombre, razón social y dirección completa del empresario por cuya cuenta actúa.


b) Las características esenciales del bien o servicio de una forma adecuada a su naturaleza y al medio de comunicación utilizado.

c) El precio final completo, incluidos los impuestos, desglosando, en su caso, el importe de los incrementos o descuentos que sean de aplicación a la oferta y los gastos adicionales que se repercutan al consumidor o usuario.

En el resto de los casos en que, debido a la naturaleza del bien o servicio, no pueda fijarse con exactitud el precio en la oferta comercial, deberá informarse sobre la base de cálculo que permita al consumidor o usuario comprobar el precio. Igualmente, cuando los gastos adicionales que se repercutan al consumidor o usuario no puedan ser calculados de antemano por razones objetivas, debe informarse del hecho de que existen dichos gastos adicionales y, si se conoce, su importe estimado.

d) Los procedimientos de pago, plazos de entrega y ejecución del contrato y el sistema de tratamiento de las reclamaciones, cuando se aparten de las exigencias de la diligencia profesional, entendiéndose por tal la definida en el artículo 4.1 de la Ley de Competencia Desleal.

Código Seguro de verificación: ytqE4ZRUVaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarfirma>  
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

|  |                           |                                  |        |            |
|--|---------------------------|----------------------------------|--------|------------|
| FIRMADO POR  | MONTABES PEREIRA JUAN     |                                  | FECHA  | 22/07/2010 |
| ID. FIRMA  | ws051.juntadeandalucia.es | ytqE4ZRUVaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j | PÁGINA | 4 / 9      |
| <br>ytqE4ZRUVaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j |                           |                                  |        |            |

e) En su caso, existencia del derecho de desistimiento.

El apartado 2º del mismo art. 20 determina que el incumplimiento de lo dispuesto en el apartado anterior o en las disposiciones a que se refiere el artículo 19.4 –normas específicas que regulen aspectos concretos de las prácticas comerciales desleales previstos en normas comunitarias– será considerado en todo caso práctica desleal por engañosa, en iguales términos a lo dispuesto en el artículo 21.2 de la Ley de Competencia Desleal.


Dentro de las líneas marcadas por la jurisprudencia respecto de la posible **calificación de la publicidad como ilícita por engañosa** (señalar, a título de ejemplo, la Sentencia 264/2005 de 24 de mayo de la Audiencia Provincial de Madrid), se establece que dicha calificación **no depende en esencia de que en el anuncio aparezca información en letra pequeña, si no que deben analizarse las diversas circunstancias concurrentes**. Por otro lado, lo realmente importante es que en el mensaje publicitario aparezcan las condiciones esenciales del producto o servicio ofertado, de modo que su forma de presentación no induzca o pueda inducir a error en el destinatario. En definitiva, cabe analizar la publicidad en razón de los contenidos, cuando se transmitan mensajes que desvirtúen el mensaje principal, y en razón de la forma de presentación, cuando la letra insertada resulte ilegible para el telespectador medio.

Por tanto, podemos afirmar que **el hecho de que en un mensaje publicitario se introduzca letra a tamaño reducido no implica per se un supuesto de publicidad ilícita por engañosa**, habiendo de analizar todas las circunstancias concurrentes para determinar si se dan los requisitos necesarios para considerarlo un acto de competencia desleal.

Por otro lado, y teniendo en cuenta las obligaciones respecto de la publicidad y de la información en pantalla en cuanto a este tipo de servicios, deben tenerse en cuenta las prescripciones del **Código de conducta para la prestación de los servicios de tarificación adicional**, aprobado por Resolución de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, de 15 septiembre 2004, y modificado por Resolución de 8 de julio de 2009. Por otra parte, también debe atenderse a las previsiones del **Código de conducta para la prestación de los servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes**, aprobado por Resolución de 8 de julio de 2009. Los citados Códigos establecen normas sobre la publicidad de los servicios de tarificación adicional.

Particularmente, hay que atender a las normas previstas en el Código de conducta para la prestación de los servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes. Así, el apartado 5 del citado Código establece obligaciones que se aplicarán a toda forma de publicidad, comunicación comercial, soporte, o medio que se destine a promocionar números y/o servicios de tarificación adicional basados en el envío de mensajes. A estos efectos, la falta de la información, o una defectuosa información en la publicidad de los servicios, representará el incumplimiento del Código de Conducta.

Según el apdo. 5.1.2, *el operador titular del/de los número/s deberá ser siempre fácilmente identificable por los usuarios, de tal forma que éste pueda ponerse en contacto*

|   |                           |                                  |        |            |
|---|---------------------------|----------------------------------|--------|------------|
| Código Seguro de verificación: ytqE4ZRÚvaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarfirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarfirma</a><br>Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica. |                           |                                  |        |            |
| FIRMADO POR   | MONTABES PEREIRA JUAN     |                                  | FECHA  | 22/07/2010 |
| ID. FIRMA   | ws051.juntadeandalucia.es | ytqE4ZRÚvaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j | PÁGINA | 5 / 9      |
| <br>ytqE4ZRÚvaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j  |                           |                                  |        |            |


con él sin dificultades. Dicho operador se identificará informando expresamente, mediante mensaje/s informativo/s de inicio o final, según los casos, de al menos, los siguientes datos: Titular (nombre completo), número de teléfono del servicio de atención al cliente, y una dirección electrónica.

Principalmente, se establece que (apdo. 5.1.4) la publicidad o anuncios realizados por el operador titular del/de los número/s, en cualquier soporte, deberá confeccionarse de tal forma que la información obligatoria prevista en este Código sea fácilmente perceptible por los consumidores, sin realización de ningún esfuerzo para su apreciación o interpretación.

En particular, dicha información obligatoria tendrá que presentarse:

- 1) Con caracteres de tamaño y colores apropiados; fácilmente legibles para el usuario; debiéndose situar en paralelo y en el mismo sentido de lectura al número de tarificación adicional basado en el envío de mensajes publicitado (apdo. 5.1.4.1).
- 2) La información visual sobre precios, identificación del operador titular del/de los número/s o cualquier otro dato obligatorio, deberá presentarse de forma estática, e inmediatamente después del número publicitado y en caracteres adecuados para su perfecta visualización o percepción. En concreto, en anuncios difundidos por televisión, cuando se comunique de forma oral el número, deberá presentarse simultáneamente de forma estática y en caracteres adecuados para su perfecta visualización, la información sobre el precio, identificación del operador titular y cualquier otro dato obligatorio (apdo. 5.1.4.1).
- 3) En cuanto a la información relativa al precio de los servicios (apdo. 5.2):
  - a) El operador titular del/de los número/s, en todo soporte publicitario en el que incluya un número de tarificación adicional, deberá informar al usuario del precio final y completo, impuestos incluidos, del servicio a recibir. El referido precio final y completo del servicio, se deberá indicar reflejando el importe del servicio, tanto desde teléfonos de la red móvil, como desde la red fija en su caso. El precio publicado del mensaje deberá coincidir con el precio completo del servicio (apdo. 5.2.1).
  - b) En los servicios de suscripción deberá indicarse el precio final completo, impuestos incluidos, por cada mensaje recibido, o en su caso, el de las cuotas periódicas a que diese lugar dicha suscripción (apdo. 5.2.2).
  - c) En caso de existir servicios asociados a los de tarificación adicional, navegación WAP o similares, esta circunstancia deberá hacerse constar, tanto en la publicidad como en los mensajes informativos, a continuación del precio del servicio, con una expresión del tipo «Precio del mensaje, x,xx € + precio de navegación WAP, consulte con su operador»(apdo. 5.2.3).

Código Seguro de verificación: ytqE4ZRUVaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarfirma>  
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

|  |                           |                                  |        |            |
|--|---------------------------|----------------------------------|--------|------------|
| FIRMADO POR  | MONTABES PEREIRA JUAN     |                                  | FECHA  | 22/07/2010 |
| ID. FIRMA  | ws051.juntadeandalucia.es | ytqE4ZRUVaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j | PÁGINA | 6 / 9      |
| <br>ytqE4ZRUVaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j |                           |                                  |        |            |


Por otro lado, en cuanto **al contenido de la publicidad**, el apdo. 5.3 del Código determina una serie de cuestiones, partiendo de que deberá de cumplir con lo dispuesto, además, por la normativa vigente en materia de publicidad y protección de los usuarios (apdo. 5.3.1):

- 1) El contenido de la publicidad no deberá causar o difundir ofensa individual o colectiva, producir o ser capaz de inducir a engaño alguno; deberá, por otra parte, adecuarse a la verdadera naturaleza del servicio o producto ofrecido (apdo. 5.3.2).
- 2) Cualquier forma de publicidad por medio de la cual se ofrezcan promociones, ofertas, descuentos, regalos o similares, deberá indicar el tiempo de duración de la promoción, las condiciones de participación o acceso, así como las ventajas para el consumidor, sin perjuicio del cumplimiento de las restantes normas y obligaciones que pudieran serle de aplicación, de conformidad con la legislación vigente (apdo. 5.3.3).
- 3) Cualquier forma de publicidad o promoción no deberá contener una exhortación directa a los menores para que adquieran los servicios o convenzan a los padres o adultos para tal adquisición (apdo. 5.3.4).
- 4) En orden a ofrecer una información adecuada al usuario, la utilización de abreviaturas en la publicidad de los servicios se podrá realizar siempre que sean las comúnmente aceptadas, y se exprese de forma clara y precisa el contenido de la información mínima requerida por el presente Código para cada tipo de servicio. Cada palabra o vocablo abreviado contará al menos con tres signos alfanuméricos excluido el punto ortográfico indicativo de la abreviatura. La omisión de estas especificaciones representará un incumplimiento del Código de Conducta (apdo. 5.3.5):

Caso de utilizarse los términos o abreviaturas que a continuación se detallan, las mismas habrán de expresarse, preceptivamente, en los siguientes términos:

- Recomendación de la edad: «Adultos» o «+ 18 años».
- Indicación del precio euros: «€» o «Eur.».
- Identificación del número de Atención al Cliente: núm. atn clte.
- Apartado de correos: «Apdo».
- Publicidad: Publi.

El Código de conducta, por otro lado, en su apartado 6.3.1, reserva los códigos 99 para prestar servicios exclusivos para adultos, y establece unas condiciones que deberán respetar y cumplir especialmente:


|   |                           |                                  |        |            |
|---|---------------------------|----------------------------------|--------|------------|
| Código Seguro de verificación: ytqE4ZRÜvaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarfirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarfirma</a><br>Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica. |                           |                                  |        |            |
| FIRMADO POR   | MONTABES PEREIRA JUAN     |                                  | FECHA  | 22/07/2010 |
| ID. FIRMA   | ws051.juntadeandalucia.es | ytqE4ZRÜvaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j | PÁGINA | 7 / 9      |
| <br>ytqE4ZRÜvaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j  |                           |                                  |        |            |

- 1) El contenido de estos servicios tendrán como destinatarios exclusivamente a personas mayores de 18 años con capacidad de discernimiento y toma de decisiones. En este código numérico estará incluido cualquier servicio que, por su contenido, presentación o publicidad, se encuentre incluido en la Clasificación de los Servicios a que se refiere el Anexo I (aptdo. 6.3.1.1).
- 2) En esta modalidad de servicios se indicará de forma específica su total prohibición a menores de 18 años en el mensaje de confirmación con la expresión «+ 18 años». Además, todo soporte publicitario deberá contener la frase, de forma completa, «+ 18 años» (aptdo. 6.3.1.2).
- 3) El operador titular del/de los número/s controlará, siempre que sea posible, mediante los sistemas pertinentes de autocontrol, que los demandantes de estos servicios no sean menores de 18 años. La publicidad de los servicios deberá realizarse en aquellos medios o soportes que no tengan como destinatarios el colectivo de la infancia y juventud (aptdo. 6.3.1.3).
- 4) La publicidad que se efectúe de los servicios y números de tarificación adicional pertenecientes al código 99 únicamente se podrá incluir en los siguientes medios publicitarios y tramos horarios:
  - a) Televisión y radio entre las 22 horas y las 6 horas del día siguiente (aptdo. 6.3.1.2.a).

Por último, la nueva **Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual** (LGCA, en adelante), prevé en su art. 18, por remisión a la Ley General de Publicidad, la publicidad engañosa como un supuesto de comunicación comercial prohibida en cualquiera de sus formas.

Teniendo en cuenta lo anterior, y a propuesta de la Comisión de Contenidos, el Pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía, de conformidad con lo establecido en los artículos 131.1 y 217 de la reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía, aprobado por la Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, y los artículos 2.1 y 4.14 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del CAA, en su reunión del 5 de julio de 2010, y previa deliberación de sus miembros, acuerda por MAYORÍA las siguientes decisiones:

**PRIMERA:** Desestimar la queja referida a la deficiente legibilidad de las sobreimpresiones y *scrolls* sobre precios y condiciones en un *chat* interactivo que emite la cadena local de Huelva Canal Luz, debido a que, del análisis efectuado por el Consejo, no puede concluirse que se haya producido un supuesto de publicidad ilícita por engañosa, dado que el hecho de que en un mensaje publicitario se introduzca letra a tamaño reducido no implica *per se* un supuesto de publicidad ilícita.

|   |                           |                                  |        |            |
|---|---------------------------|----------------------------------|--------|------------|
| Código Seguro de verificación: ytqE4ZRUVaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarfirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarfirma</a><br>Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica. |                           |                                  |        |            |
| FIRMADO POR   | MONTABES PEREIRA JUAN     |                                  | FECHA  | 22/07/2010 |
| ID. FIRMA   | ws051.juntadeandalucia.es | ytqE4ZRUVaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j | PÁGINA | 8 / 9      |
| <br>ytqE4ZRUVaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j  |                           |                                  |        |            |




**SEGUNDA:** En el mismo sentido, tampoco puede concluirse en este supuesto que se haya producido un incumplimiento del Código de Conducta con respecto al servicio de *chat* interactivo, dado que la información visual obligatoria sobre precios, identificación del operador titular del número y la indicación de +18 años se presentan de forma estática y compartiendo pantalla con el número publicitado, sin perjuicio del aspecto relativo a la legibilidad de cierta información, al depender de muchos factores que influyen en la visibilidad.

**TERCERA.** Notificar esta Resolución a las partes interesadas.

En Sevilla, a de 15 de julio de 2010

EL PRESIDENTE DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

|   |                           |                                  |        |            |
|---|---------------------------|----------------------------------|--------|------------|
| Código Seguro de verificación: ytqE4ZRÜvaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarfirma">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarfirma</a><br>Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica. |                           |                                  |        |            |
| FIRMADO POR   | MONTABES PEREIRA JUAN     |                                  | FECHA  | 22/07/2010 |
| ID. FIRMA   | ws051.juntadeandalucia.es | ytqE4ZRÜvaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j | PÁGINA | 9 / 9      |
| <br>ytqE4ZRÜvaeE7UaibHxd0DJLYdAU3n8j  |                           |                                  |        |            |