

En Madrid, a 26 de enero de 2017

## **REF: EXPEDIENTE SANCIONADOR 1/2017\_RESOLUCIÓN**

El Comité Ejecutivo de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol), en su calidad de órgano con competencia sancionadora, en virtud de lo dispuesto en el artículo 18.3 de sus Estatutos, procede a emitir la presente RESOLUCIÓN, atendiendo a lo dispuesto en el artículo 19.7 de los Estatutos de Autocontrol.

La presente Resolución se emite tras haber sido elevada Propuesta de Resolución por parte de D. Juan Ramón Plana Pujol, en su calidad de Instructor del expediente disciplinario incoado por acuerdo de la Comisión de Asuntos Disciplinarios, de fecha 11 de enero de 2017, contra FIAT, a instancias del escrito de denuncia presentado por un particular, por un posible incumplimiento de los Estatutos de la Asociación.

### **ANTECEDENTES**

I.- Con fecha 10 de enero de 2017 tuvo entrada en esta Asociación, un escrito de denuncia presentado por un particular frente a FIAT.

II.- En el escrito de denuncia, se hace constar que, con fecha 26 de julio de 2016, dicho particular presentó una reclamación frente a una publicidad del vehículo FIAT 500, de la que es responsable la citada compañía. El 14 de septiembre de 2016, la Sección Segunda del Jurado estimó la reclamación. Frente a dicha resolución, FIAT interpuso recurso de alzada, que fue desestimado por el Pleno del Jurado, en su Resolución de 13 de octubre de 2016.

En las citadas resoluciones, el Jurado de la Publicidad declaraba el anuncio reclamado contrario a la norma 6 del Código de Conducta de AUTOCONTROL, que establece que “la publicidad no incitará a la violencia, ni sugerirá ventajas en las actitudes de violencia”.

En el concreto anuncio objeto de controversia se podía ver una sucesión de imágenes en las que una chica abofeteaba a un chico. Sólo en la última escena, se podía ver que el motivo por el que la chica abofetea al chico es por el coche promocionado.

En su denuncia de 10 de enero, el particular afirma que había transcurrido un tiempo, a su juicio, más que prudencial desde la resolución del recurso de alzada, y que sin embargo la empresa no habría procedido a la retirada del anuncio. El particular afirma

que el anuncio seguía siendo accesible en internet y, a efectos probatorios, facilita un link al portal de Facebook.

III.- Con fecha 11 de enero de 2017, la Comisión de Asuntos Disciplinarios acordó la incoación del expediente disciplinario, por considerar que los hechos denunciados podrían constituir una actividad contraria a los Estatutos de la Asociación. La Comisión de Asuntos Disciplinarios acordó igualmente nombrar instructor a Don Juan Ramón Plana Pujol, y dar traslado a FIAT para que en el plazo de diez días pudiera presentar las alegaciones que considerase oportunas.

IV.- Con fecha 23 de enero de 2017, tuvo entrada en esta Asociación el escrito de alegaciones presentado por FIAT. En su escrito, FIAT manifiesta que tras las resoluciones del Jurado cesó completamente en la difusión del anuncio objeto de controversia, y no ha vuelto a utilizarlo en ninguna otra campaña. No obstante lo anterior, FIAT no niega los hechos denunciados. En este sentido, respecto al anuncio que resultaba accesible desde el link facilitado por el denunciante, FIAT argumenta que dicho vídeo se subió con fecha 18 de julio de 2016. Por lo demás, señala que la concreta oferta que se incluye en el anuncio finalizaba el día 31 de agosto de 2016, por lo que se trataba de un vídeo subido a la red social con carácter previo a las resoluciones y que, por lo demás, no se encontraba actualizado.

En todo caso, afirma FIAT que procedió a dar las instrucciones precisas para ocultar dicho anuncio de sus páginas internet, y que, como consecuencia, actualmente dicho anuncio ya no resulta accesible en sus páginas web.

V.- Por su parte, el Instructor de este Expediente Sancionador, elevó propuesta de resolución al Comité Ejecutivo, con fecha 24 de enero de 2017, una vez examinados todos los documentos aportados y las alegaciones realizadas por las partes. En la fase de instrucción, se pudo constatar que en el momento de la denuncia, efectivamente se podía acceder desde la página web de Facebook, al anuncio de FIAT considerado por el Jurado de la Publicidad contrario a la norma 6 del Código de Conducta.

## **RESOLUCIÓN**

### a) Hechos probados.

Primero.- El cumplimiento de las resoluciones adoptadas por el Jurado de la Publicidad, constituye una obligación de todos los asociados a AUTOCONTROL, regulada en el artículo 14.d) de los Estatutos: “Los Asociados quedarán sometidos a las obligaciones siguientes: (...) d) Cumplir las resoluciones que adopte el Jurado de la Publicidad absteniéndose en todo caso de realizar cualquier referencia a las mismas, directa o indirecta, en sus actividades publicitarias”.

Segundo.- Con fecha 14 de septiembre de 2016, la Sección Segunda del Jurado de la Publicidad, emitió una resolución en la que declaraba contrario a la norma 6 del Código de Conducta (“la publicidad no incitará a la violencia, ni sugerirá ventajas en las actitudes de violencia”); el anuncio de FIAT en el que se muestra una sucesión de imágenes, en las que diferentes mujeres abofetean a su pareja. FIAT, por su parte, presentó recurso de alzada y el Pleno del Jurado confirmó la resolución de instancia con fecha 13 de octubre de 2016.

Tercero.- A la vista de los hechos descritos en los ANTECEDENTES, y tras el estudio de la documentación obrante en el presente Expediente Sancionador, se ha de señalar que, efectivamente, en el momento de interponerse la denuncia, a través de Facebook se podía acceder al anuncio declarado contrario a la norma 6 del Código de Conducta por el Jurado de la Publicidad.

Este hecho no ha sido rebatido por FIAT en su escrito de alegaciones. No obstante lo anterior y de acuerdo con las alegaciones formuladas por FIAT, en lo que respecta a otro tipo de medios y publicaciones, FIAT sí habría cesado en la difusión del anuncio tras las resoluciones del Jurado. FIAT argumenta que el anuncio al que se podía acceder desde su perfil corporativo en Facebook, se encontraba desactualizado, no resultando vigente, en la medida en que la oferta que figuraba en el mismo finalizaba con fecha 31 de agosto de 2016.

En este punto, es necesario aclarar que de conformidad con el artículo 2 de la Ley General de Publicidad, se entiende por publicidad toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

En este sentido, el hecho de que en la citada página web siguiera figurando el anuncio objeto de controversia, permite afirmar que FIAT seguía haciendo publicidad (directa o indirecta) del modelo FIAT 500, a través de un anuncio considerado por el Jurado contrario al Código de Conducta. Todo ello, con independencia de las particulares condiciones que pudieran aplicar a una concreta oferta, en cuanto al precio del producto o su modo de financiación.

En consecuencia, el Comité Ejecutivo comparte la opinión del Instructor, D. Juan Ramón Plana Pujol, al entender que FIAT sí habría infringido la obligación prevista en el artículo 14.d) de los Estatutos: “Los Asociados quedarán sometidos a las obligaciones siguientes: (...) d) Cumplir las resoluciones que adopte el Jurado de la Publicidad absteniéndose en todo caso de realizar cualquier referencia a las mismas, directa o indirecta, en sus actividades publicitarias”.

El Comité Ejecutivo considera necesario destacar el hecho de que el presente supuesto ya se ha producido en anteriores casos. Es decir, no es la primera vez que el Comité

Ejecutivo debe decidir acerca de Asuntos Disciplinarios, en los que, una vez recibida una resolución de Jurado, instando al cese o rectificación de la publicidad; los anunciantes sí proceden al cese o rectificación de la publicidad en todos los medios *off-line*, pero sin embargo es posible seguir detectando publicidades no rectificadas en internet.

Visto el peso que va adquiriendo la publicidad *on-line* y que la tendencia parece indicar que ese peso va a ser mayor, dentro de la estrategia de posicionamiento comercial de las empresas; el Comité Ejecutivo quiere resaltar la importancia de concienciar a las compañías para que adopten de forma efectiva las medidas necesarias para que todas sus comunicaciones comerciales, incluidas las digitales, resulten conformes con la normativa y con los compromisos deontológicos adquiridos.

Para recordarlo a las compañías en este sentido, **el Comité Ejecutivo ha acordado solicitar al Jurado de la Publicidad que valore la posibilidad de incluir, en el fallo de sus resoluciones, un recordatorio indicando expresamente que la obligación de cese o rectificación de las comunicaciones comerciales, abarca todos los medios de difusión, incluidos los nuevos medios digitales.**

#### b) Calificación jurídica.

De conformidad con los hechos probados, en relación con la publicidad denunciada, los mismos suponen un incumplimiento de la obligación asumida por los asociados y prevista en el artículo 14.d) de los Estatutos de AUTOCONTROL, consistente en cumplir las resoluciones que adopte el Jurado de la Publicidad. Hecho que, dependiendo de las circunstancias de cada caso, podría constituir una infracción: leve, de conformidad con lo establecido en el artículo 15.1.c) de los Estatutos de AUTOCONTROL; grave, de conformidad con lo establecido en el artículo 15.2.c) de los Estatutos; o muy grave, de conformidad con lo establecido en el artículo 15.3.b) de los Estatutos.

En el presente caso, atendiendo, por un lado, al hecho de que el anuncio habría sido retirado de todos los demás medios tras la resolución; y, por otro, al hecho de que tras recibir la denuncia FIAT ha procedido a la retirada del anuncio también en la red social desde la que el mismo seguía siendo accesible; cabría calificar la infracción como leve. En este sentido se ha valorado, igualmente, que en el caso de FIAT no existen circunstancias agravantes, como pudiera ser la reincidencia contemplada en el artículo 16 de los Estatutos.

#### c) Sanción.

Atendiendo a todos los hechos aquí expuestos, el Comité Ejecutivo acuerda imponer a FIAT una sanción de grado medio, dentro de las previstas para las infracciones leves en el artículo 17 de los Estatutos: *a) Apercibimiento privado. b) Apercibimiento público. c) Suspensión temporal para cargo directivo hasta el límite de 6 meses. d) Suspensión temporal de los derechos electorales, activos y pasivos, hasta el límite de 6 meses*). En particular, la sanción consistente en la **suspensión temporal para cargo directivo por el plazo de 6 meses** (art. 17.1.c).

Contra esta resolución cabría interponer recurso de alzada ante la Junta Directiva de AUTOCONTROL –en caso de considerarse oportuno- dentro del plazo de 10 días.

Asimismo, se ruega a las partes que se abstengan de hacer pública la Resolución, en tanto que no lo haga la propia Asociación, la cual lo realizará en su boletín y página Web, una vez sea firme.