



Resolución de 21 de febrero de 2017 de la Sección Sexta del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa La Crida. La Sección desestimó la reclamación declarando que no existía infracción de la norma 28 (protección de niños y adolescentes) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Frente a dicha resolución, el particular, interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 16 de marzo de 2017.

Resumen de la Resolución: Particular vs. La Crida “La Crida”

Resolución de 21 de febrero de 2017 de la Sección Sexta del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por un particular, contra una publicidad de la que es responsable la empresa La Crida.

La reclamación se formula frente a varios anuncios por palabras en los que se promueven servicios sexuales difundidos en la sección destinada a los anuncios clasificados de la revista semanal gratuita “La Crida”.

La Sección desestimó la reclamación declarando que la publicidad reclamada no infringía la norma 28 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, en la medida que la citada publicidad se ubicaba en la sección de anuncios clasificados de la revista y que, atendiendo únicamente a los elementos obrantes en el expediente, dada su configuración y temática, no permitía afirmar una presencia significativa de menores entre sus receptores.

Recurso de alzada

Frente a dicha resolución, el particular, interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 16 de marzo de 2017.



Texto completo de la Resolución del Jurado:
Recurso de Alzada de Particular vs. Resolución Sección Sexta de 21 de febrero de 2017 (Asunto: “La Crida”)

En Madrid, a 16 de marzo de 2017, reunido el Pleno del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidido por D. Luis Antonio Velasco San Pedro para el estudio y resolución del recurso de alzada presentado por un Particular contra la resolución de la Sección Sexta del Jurado de 21 de febrero de 2017, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 2 de febrero de 2017, un particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa La Crida.

2.- Se da por reproducida la publicidad reclamada así como los argumentos esgrimidos por ambas partes, tal y como se recogen en la resolución de la Sección Sexta del Jurado de 21 de febrero de 2017.

3.- Mediante la citada Resolución, la Sección Sexta del Jurado de la Publicidad acordó desestimar la reclamación presentada por considerar que no infringía la norma 28 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.

4.- El 1 de marzo de 2017, la particular interpuso recurso de alzada contra la Resolución, al no estar de acuerdo con su contenido.

En primer lugar, la recurrente considera que- a su juicio- la revista en la que se incluye la publicidad reclamada es de fácil acceso para los menores y público vulnerable sin ningún tipo de restricción.

En segundo lugar expone que la revista, dependiendo de la semana, incluye apartados de actividades, así como la sección de la guía de la televisión que –a su juicio- puede ser considerada dirigida a menores, y en la que se insertan los anuncios reclamados. A este respecto, la recurrente presenta impresión de pantalla de la revista en la que se observa, junto a un apartado de información relativa a horarios y servicios de trenes, varios anuncios por palabras en los que se promueven servicios sexuales.

Por último, la recurrente añade que las explicaciones dadas por la reclamada son totalmente subjetivas ya que el hecho de que nadie haya denunciado previamente este tipo de publicidad no justifica que deba seguir promoviéndose, así como tampoco encuentra justificación en el hecho de que, dada la coyuntura económica, deba permitirse el uso de este tipo de publicidad de forma accesible a menores de edad.



5.- Trasladado el recurso de alzada a la empresa La Crida, ésta ha presentado en plazo escrito de impugnación por el que se opone a las pretensiones de la recurrente.

En primer lugar reitera que la publicidad reclamada promueve unos servicios que pueden encontrarse en cualquier medio de difusión de fácil acceso tanto para el público en general como a los menores de edad, así como en otras publicaciones ubicadas en hospitales o recepciones de colegios. En segundo lugar, expone que los anuncios que insertan en su revista muestran a personas vestidas con ropa interior o tapando las zonas más íntimas, pero en ningún caso a personas manteniendo relaciones sexuales. Asimismo destaca que los anuncios reclamados se insertan en la sección de “contactos” y que por lo general no se insertan en la sección de la guía de televisión. Finalmente enfatiza el hecho de que el tema de la sexualidad es un tema normal y cotidiano, y que por ello debe ser tratado con la mayor naturalidad.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- En atención a lo expuesto en los antecedentes de hecho, este Pleno considera conveniente recordar que, como ya hiciera la Sección en su momento, no es la primera vez que este Jurado ha tenido ocasión de pronunciarse acerca de un caso como el que nos ocupa, relativo a anuncios por palabras en los que se promueven servicios sexuales en prensa.

Así cabe volver a recordar, como ya hiciera la Sección, lo dispuesto por el Jurado en su Resolución de la Sección Sexta, de 15 de diciembre de 2005. En efecto en la citada Resolución, se afirmó lo siguiente: “(...) *En el ordenamiento español no existe ninguna normativa específica sobre la publicidad de productos pornográficos o publicidad de prostitución. Así, en la medida en que tales actividades sean lícitas en sí mismas (cuestión que no corresponde dilucidar a este Jurado), también lo será su publicidad, siempre y cuando ésta respete los principios generales aplicables a la publicidad, entre los que se encuentran aquellos que establece el Código*”.

Por lo demás, entre estos principios que deberán respetarse, destaca el de respeto a los derechos y legítimos intereses de los menores. A este respecto en la resolución de 15 de diciembre de 2005 a la que estamos haciendo referencia, el Jurado estableció la siguiente doctrina: “(...) *debemos considerar lícita la publicidad de servicios como los que nos ocupan, siempre y cuando –refiriéndose a actividades lícitas- no aparezca difundida en medios o secciones dirigidos a menores o cuando ésta aparezca en medios o secciones respecto de los cuales se acepta generalmente que los menores no deben tener acceso. En este sentido, y por lo que respecta al medio de difusión en el que se ha insertado la publicidad reclamada, no cabe entender que la sección de anuncios clasificados de un diario de información general esté dirigida a menores o incluso sea una sección frecuentada por este público*”.

2.- Por consiguiente, como ya hizo el Jurado en su momento y puso de manifiesto la Sección en la Resolución recurrida, este Pleno debe analizar la publicidad reclamada a la luz del principio de protección de niños y adolescentes recogido en la norma 28 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en adelante “**Código de Autocontrol**”), la cual dispone: “*La publicidad dirigida a niños deberá ser extremadamente cuidadosa. La misma no deberá explotar la ingenuidad,*



inmadurez, inexperiencia o credulidad natural de los niños o adolescentes, ni abusar de su sentido de la lealtad. La publicidad dirigida a los niños o adolescentes, o susceptible de influirles, no deberá contener declaraciones o presentaciones visuales que puedan producirles perjuicio mental, moral o físico (...)".

Dicha norma se encuentra, además, en perfecta sintonía con lo dispuesto en el artículo 3 de la citada Ley 34/1988 General de Publicidad, cuyo apartado a) recoge, como supuesto de publicidad ilícita, aquella publicidad "*que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente a los que se refieren sus artículos 18 y 20, apartado 4*", es decir, a aquéllos referidos al respeto a la protección de la juventud y la infancia.

En su resolución de instancia, la Sección comprobó que la publicidad objeto de análisis se encontraba ubicada en la sección de anuncios clasificados de una revista que, atendiendo únicamente a los distintos elementos obrantes en el expediente y dada su configuración y temática, no permitía afirmar una presencia significativa de menores entre sus receptores. Por tanto, en base a las pruebas obrantes, la Sección consideró que la publicidad reclamada no infringía la citada norma 28 del Código de Autocontrol. Sin embargo advirtió que, en caso contrario, las conclusiones habrían sido necesariamente distintas.

3.- Pues bien, en su escrito, la recurrente disiente con el pronunciamiento de la Sección, manifestando que la publicidad reclamada contraviene los derechos del menor y los adolescentes, al tratarse de una revista de fácil acceso para los menores que incluye apartados de actividades, así como una sección de guía de televisión, aportando al efecto una impresión de pantalla de la revista en la que se observan, junto a un apartado de información relativa a horarios y servicios de trenes varios anuncios por palabras en los que se promueven servicios sexuales.

4.- Frente a estas alegaciones de la recurrente, este Jurado debe constatar de nuevo –en primer término- que en el expediente no existe elemento alguno que permita afirmar o concluir que la revista en la que se han insertado los anuncios se dirige a menores o cuenta entre su audiencia con una presencia significativa de menores. De hecho, las imágenes de páginas de la revista que se han aportado al expediente por la reclamante parecen apuntar todo lo contrario. Así, a título de mero ejemplo, consta en el expediente una copia de la portada del número 1773 de la revista. Los contenidos de este número que se reflejan en la portada van desde la programación de la televisión, hasta la programación de actividades culturales, las farmacias de guardia, una guía de restaurantes y cafeterías, o un reportaje sobre una iglesia de la provincia de Burgos.

Obviamente, ninguno de estos contenidos parece reflejar el contenido propio de una publicación dirigida a menores o que pueda contar entre su audiencia con una presencia significativa de menores.

Por otro lado, tampoco cabe deducir esta circunstancia –como pretende la recurrente- del hecho de que la revista sea de distribución gratuita. Esta circunstancia no permite en sí mismo afirmar que se dirija a menores o cuente entre su audiencia con una presencia significativa de estos.



Por consiguiente, cabe concluir esta primera parte afirmando que, atendiendo únicamente a los datos y pruebas obrantes en el expediente, no existe elemento alguno que permita afirmar que la revista en la que se ha insertado la publicidad reclamada se dirige a menores o cuenta entre su audiencia con una presencia significativa de estos.

5.- Por lo que respecta a la concreta sección –dentro de la revista- en la que se han publicado los anuncios, las pruebas obrantes en el expediente deben llevarnos a constatar que aquellos se integran en una sección específica de contactos.

Alega la recurrente en su recurso que esta sección se ubica próxima a otras secciones atractivas para menores. Y a estos efectos, aporta una nueva copia de una parte de la revista.

Sin embargo, la copia de la página donde figuran los anuncios de contactos que se aporta junto con el recurso permite comprobar que los restantes contenidos que se incluyen (junto a los anuncios de contenido sexual) hacen referencia al horario de trenes o a la localización de una oficina de atención ciudadana.

Como es obvio, ninguno de estos contenidos está dirigido a menores.

Debemos afirmar de nuevo, así pues, que los datos y pruebas obrantes en el expediente tampoco permiten afirmar que la publicidad objeto de la presente resolución haya sido difundida en una sección dirigida a menores o atractiva para éstos.

6.- En definitiva: este Jurado no albergaría duda de ningún tipo de la incorrección de la publicidad objeto de debate si ésta se hubiera insertado en un medio o en una sección dirigidos a menores o atractivos para estos. Pero las pruebas, documentos y datos obrantes en el expediente no permiten afirmar el concurso de ninguna de estas circunstancias. Así las cosas, el Pleno debe concluir que los datos y pruebas obrantes en el expediente no permiten afirmar la existencia de una infracción de la norma 28 del Código de Autocontrol.

Por las razones expuestas, el Pleno del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

Desestimar el recurso de alzada presentado por un particular contra la Resolución de la Sección Sexta de 21 de febrero de 2017.