



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: Particular vs. La Crida “La Crida”

En Madrid, a 21 de febrero de 2017, reunida la Sección Sexta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Luis Berenguer Fuster para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra la empresa La Crida, 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.- La reclamación se dirige contra 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 de “La Crida”.

En adelante, aludiremos a esta publicidad como la “**Publicidad Reclamada**”.

3.- Según expone en su escrito, la particular considera que la Publicidad Reclamada es ilícita en la medida que se promueven, por medio de una revista –a su juicio- de fácil acceso para los menores, servicios sexuales y eróticos que pueden contravenir los derechos del menor y los adolescentes.

Añade la reclamante que la revista en la que se inserta la publicidad se encuentra al alcance de los menores dado que se distribuye en numerosos puntos de venta habituales tales como panaderías, estancos y tiendas de souvenirs en las que también se venden juguetes.

En consecuencia con lo anterior, solicita al Jurado la estimación de la reclamación y que se declare la ilicitud de la Publicidad Reclamada.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa La Crida, ésta ha presentado en plazo escrito de contestación por el que se opone a las pretensiones de la reclamante. En primer lugar alega 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. Asimismo destaca que mantiene cierta diligencia con este tipo de anuncios moderando tanto el contenido como las imágenes que se insertan en la sección de anuncios clasificados de su revista, como es, por ejemplo, la publicación de estos anuncios en blanco y negro así como la



inclusión de una indicación relativa a que no se hacen responsables del contenido de los mensajes publicitarios. Por otro lado, indica que lleva años haciendo uso de esta publicidad sin ningún tipo de queja y que, dada la coyuntura económica, no puede permitirse rechazarla debido a la importante entrada de ingresos que les aporta, enfatizando en el hecho de que cuanto más importancia se le dé a esta materia más difícil será normalizar el asunto entre los menores.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- Con carácter previo al análisis del fondo del asunto, esta Sección considera conveniente pronunciarse acerca de la alegación por la cual la reclamada manifiesta que no se hace responsable del contenido de la publicidad difundida en su revista y que, a tal efecto, incluye en ésta una mención advirtiendo de este hecho.

En relación a este punto, este Jurado considera conveniente recordar que la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, en su artículo 11, relativo a las disposiciones generales de la contratación publicitaria establece que: *"En los contratos publicitarios no podrán incluirse cláusulas de exoneración, imputación o limitación de la responsabilidad frente a terceros en que puedan incurrir las partes como consecuencia de la publicidad"*.

Así pues, la inclusión en la revista de una cláusula relativa a la falta de responsabilidad de la reclamada acerca del contenido de mensajes publicitarios como los analizados en el presente asunto podría considerarse contraria a la citada disposición general de la contratación publicitaria. Por dicho motivo este Jurado considera necesario aclarar que la reclamada no podría ampararse en dicha cláusula para eximirse de la eventual responsabilidad por la difusión de la publicidad.

2.- Una vez aclarado lo anterior y entrando en el fondo del asunto, esta Sección debe aclarar que no es la primera vez que este Jurado tiene 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 recordar 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”.

3.- Por consiguiente, y como ya hizo el Jurado en el caso precedente que acabamos de referir, esta Sección debe analizar la publicidad reclamada a la luz del principio de protección de niños y adolescentes recogido en la norma 28 de Código de Conducta Publicitaria 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.

4.- En el caso que nos ocupa, y conforme a la doctrina previa de este Jurado, la publicidad objeto del presente procedimiento podría resultar contraria a las normas que acabamos de reproducir si hubiese sido insertada en un medio al que acceden de forma significativa menores, o en una sección especialmente atractiva para éstos.

Sin embargo, no constan elementos en el expediente que permitan afirmar el concurso de ninguna de estas circunstancias. En efecto, la Sección ha podido comprobar que la publicidad objeto del presente procedimiento se encuentra ubicada en la sección de anuncios clasificados de una revista que, a juicio de este Jurado y con los elementos obrantes en el expediente, dada su configuración y temática, no permite afirmar una presencia significativa de menores entre sus receptores.

En base a lo anterior, y atendiendo únicamente a los distintos elementos obrantes en el expediente, esta Sección ha de concluir que la Publicidad Reclamada no infringe la norma 28 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol. Sin embargo, cabe reiterar que dicho pronunciamiento se realiza en base a las pruebas obrantes en el expediente y en ausencia de cualquier elemento que permita afirmar que la revista (o la sección) en la que se ha insertado la publicidad cuenta entre sus destinatarios con una presencia significativa de menores. En caso contrario, las conclusiones de este Jurado habrían de ser necesariamente distintas.



Por las razones expuestas, la Sección Sexta del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra la publicidad de la que es responsable la empresa La Crida.