



Resolución del 24 de octubre de 2019 de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la entidad Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC). La Sección consideró que la publicidad no era incompatible con la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Resumen de la Resolución: Particular vs. Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC) “Nuestra carne Blanca.Web”

Resolución del 24 de octubre de 2019 de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la entidad Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC).

La reclamación se dirigía contra una publicidad en Internet en la que se promueve la carne de cerdo y en la que se vierte en voz en *off* la siguiente alegación: “*la Unión Europea define a la carne de cerdo como carne blanca*”, mientras aparecen dibujados en la pantalla dos cerdos y en su interior, insertos, los términos “*carne blanca*” y “*white meat*”.

El particular consideraba que la publicidad era engañosa en la medida en que en ella se afirma que la carne de porcino es carne blanca cuando la Organización Mundial de la Salud califica esa carne como carne roja.

La Sección consideró que la publicidad reclamada no resultaba engañosa ni incompatible con la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad) en la medida en que la publicidad transmite un mensaje claro e inequívoco, según el cual la Unión Europea define la carne de porcino como carne blanca y la veracidad de este mensaje ha quedado suficientemente acreditada a través del documento de la Dirección General de Agricultura de la Comisión Europea por el cual ésta considera que la carne de porcino es carne blanca.

Recurso de alzada

Frente a dicha resolución, el particular interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 14 de noviembre de 2019.



Texto completo de la Resolución Particular vs. Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC) “Nuestra carne Blanca.Web”

En Madrid, a 24 de octubre de 2019, reunida la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D^a. María José Morillas Jarillo para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la entidad Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC), emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 10 de octubre de 2019, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la entidad Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC).

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en la página web de la reclamada en la que se promueve la carne de cerdo y en la que se vierte en voz en *off* la siguiente alegación: “*la Unión Europea define a la carne de cerdo como carne blanca*”, mientras aparecen dibujados en la pantalla dos cerdos y en su interior, insertos, los términos “*carne blanca*” y “*white meat*”.

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

3.- Según expone en su escrito de reclamación, el particular reclamante considera que la Publicidad reclamada es engañosa, pues en ella se afirma que la carne de porcino es carne blanca cuando ello no es cierto, puesto que la Organización Mundial de la Salud califica esa carne como carne roja.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él sostiene que la publicidad controvertida no es engañosa, pues la Dirección General de Agricultura de la Comisión Europea considera que la carne de porcino es carne blanca.

II.- Fundamentos deontológicos.



1.- A la luz de los antecedentes de hecho expuestos y del tenor de la reclamación presentada, esta Sección debe analizar la publicidad reclamada a la luz del principio de veracidad recogido en la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en lo sucesivo, el “**Código de Autocontrol**”).

Según establece este precepto: *“Las comunicaciones comerciales no deberán ser engañosas. Se entiende por publicidad engañosa aquella que de cualquier manera induzca o pueda inducir a error a sus destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico, siempre que incida sobre alguno de los siguientes aspectos: (...) 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. (...)”*.

2.- En el caso que ahora nos ocupa, el particular reclamante –como se ha reflejado en los antecedentes de hecho- parece considerar engañosa la publicidad reclamada al entender que ésta induce a error sobre una característica de la carne de porcino, puesto que en ella se afirma que esta carne es blanca cuando –según el reclamante- ello no es cierto.

3.- Este Jurado ha procedido al análisis detenido de la publicidad objeto del presente procedimiento. Y, tras este análisis, ha podido comprobar que la publicidad transmite un mensaje claro e inequívoco, según el cual la Unión Europea define la carne de porcino como carne blanca.

4.- Pues bien, la veracidad de este mensaje transmitido por la publicidad ha quedado suficientemente acreditada en este procedimiento. En efecto, la entidad reclamada, junto con su escrito de contestación, ha aportado como documento número 3 un documento de la Dirección General de Agricultura de la Comisión Europea en el que esta Dirección General efectivamente considera que la carne de porcino es carne blanca.

5.- Siendo ello así, ha de concluirse que, en atención a los elementos obrantes en el expediente y que constan en el procedimiento, el mensaje transmitido por la publicidad (en función del cual, según la Unión Europea, la carne de porcino es carne blanca) es esencialmente veraz.

Y, frente a esta conclusión, no pueden prosperar las alegaciones del reclamante sobre la eventual posición de la OMS en relación con la calificación de la carne de cerdo. En efecto, al margen ya de que dicha posición no ha sido acreditada, lo cierto es que no es preciso entrar a debatir sobre ella, en la medida en que la publicidad es clara al atribuir a la Unión Europea, y no a la OMS, la calificación de la carne de cerdo como carne blanca.

En consecuencia, entiende el Jurado que en el caso que nos ocupa la publicidad analizada no infringe la norma 14 del Código de Autocontrol.



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

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la entidad Interprofesional Agroalimentaria del Porcino de Capa Blanca (INTERPORC).