



Resolución del 28 de noviembre 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 empresa Unidad Editorial. La Sección consideró que la publicidad no era incompatible con la norma 8 (respecto al buen gusto) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Resumen de la Resolución:
Particular vs. Unidad Editorial
"Serie Franco Cartel"

Resolución del 28 de noviembre 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 empresa Unidad Editorial.

La reclamación se dirige contra un cartel estático en el que se promueve una serie sobre la vida de Franco y en el que aparece una fotografía con su imagen de perfil.

La Sección entendió que la publicidad reclamada no podía ser calificada como irrespetuoso hacia las víctimas del franquismo y, por ello, contraria al buen gusto o a las buenas costumbres en la medida en que se limita a ilustrar la serie televisiva que promueve con una fotografía del protagonista de la misma. La Sección entendió que el tratamiento dado al tema de la serie era respetuoso porque no aparece en él expresión o imagen que pueda entenderse irrespetuosa hacia las víctimas del franquismo, es más se califica a este personaje como "Dictador", lo cual no es adjetivo precisamente laudatorio. En tales circunstancias, el Jurado consideró que la publicidad reclamada no infringía de la norma 8 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.



Texto completo de la Resolución Particular vs. Unidad Editorial “Serie Franco Cartel”

En Madrid, a 28 de noviembre de 2019, reunida la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Manuel Rebollo Puig, para el estudio y resolución de la reclamación interpuesta por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Unidad Editorial, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 7 de noviembre de 2019, un particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Unidad Editorial.

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad y, en particular, un cartel estático, en el que se promueve una serie sobre la vida de Franco y en el que aparece una fotografía con su imagen de perfil.

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

3.- Según expone en su escrito de reclamación, el particular considera que la publicidad reclamada es poco respetuosa con las víctimas del franquismo y las personas que se ven obligadas a visionarlo cada día.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta presentó escrito de contestación en el que se opone a la reclamación sobre la base de los siguientes argumentos:

En ningún caso la campaña de publicidad de la serie documental ha supuesto un caso de publicidad ilícita, como sostiene la reclamante. No vulnera ninguna disposición de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad ni tampoco el Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL. La referida promoción respeta los valores y principios de la Constitución española, no incita a la violencia ni a comportamientos ilegales, respeta los derechos fundamentales de honor, intimidad y propia imagen y no incurre en ningún supuesto de publicidad discriminatoria o engañosa.

La publicidad reclamada no atenta contra quienes padecieron persecución o violencia, por razones políticas, ideológicas, o de creencia religiosa, durante la Guerra Civil española y la dictadura franquista. Prueba de ello es, entre otras, el título de la serie documental objeto de promoción.



Respetan plenamente la opinión de la reclamante pero, no consideran que la publicidad de la serie "Franco, la vida del dictador en color" en modo alguno suponga una falta de respeto a las víctimas del franquismo. Se trata, en todo caso, de la publicidad de una serie documental de carácter histórico que repasa, desde un punto de vista riguroso y objetivo, y a través del recorrido de la vida del general Francisco Franco, acontecimientos históricos relevantes en España durante gran parte del siglo XX.

Por último, indica que la campaña publicitaria fue retirada el pasado 18 de noviembre.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- Con carácter previo al análisis del fondo del asunto, debemos referirnos a la cuestión suscitada por Unidad Editorial en su escrito de contestación a la reclamación, donde hace constar que la Publicidad Reclamada ha sido retirada. A este respecto, debe traerse a colación el artículo 13.3 del Reglamento del Jurado, que indica que no se tramitarán: *"(...) aquellas reclamaciones que el reclamado acepte, siempre que éste se comprometa por escrito a cesar de manera definitiva la difusión de la comunicación comercial cuestionada"*.

Así pues, para que proceda la aplicación de este precepto, deben concurrir dos requisitos: en primer término, la reclamada debe aceptar la reclamación. Y, en segundo lugar, debe comprometerse por escrito a cesar en la difusión de la publicidad reclamada.

Pues bien, en el caso que nos ocupa, aunque el reclamado alude a que la campaña publicitaria ya ha cesado, no existe una aceptación de la reclamación por su parte. En consecuencia, nada obsta a que el Jurado se pronuncie sobre el fondo del asunto planteado.

2.- Una vez aclarado lo anterior, entrando ya en el fondo del asunto planteado, en atención a los antecedentes de hecho expuestos, esta Sección debe analizar la publicidad reclamada a la luz de lo dispuesto en la norma 8 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en adelante, "El **Código de Autocontrol**"), que establece que *"Las comunicaciones comerciales no deberán incluir contenidos que atenten contra los criterios imperantes del buen gusto y del decoro social, así como contra las buenas costumbres"*.

Tal y como se recoge en los antecedentes, el particular reclamante entiende que la publicidad controvertida no es respetuosa con las víctimas del franquismo.

3.- Pues bien, esta Sección ha procedido a visionar el anuncio objeto de reclamación, con el fin de determinar si, a su juicio, éste transmite un mensaje irrespetuoso hacia las víctimas del franquismo y, por ello, contrario al buen gusto o a las buenas costumbres. Y, tras llevar a cabo este análisis y con todos los respetos a la interpretación que el particular recurrente defiende, la Sección concluye que no puede compartir esa interpretación.



En efecto, la publicidad que nos ocupa promueve una serie sobre la vida de Franco. Y a tal fin, efectivamente, muestra una fotografía con su imagen de perfil.

Ello no obstante, a juicio de este Jurado, el hecho de que en la publicidad se inserte una imagen de Franco no puede considerarse irrespetuoso con las víctimas del franquismo. Tratándose, el producto promovido, de una serie de televisión que versa sobre su vida parece del todo justificado que aparezca su imagen para ilustrarlo. Y lo hace además de forma neutra, sin reflejar una escena o situación que pueda ser percibida por el público de los consumidores como irreverente o desatenta con las víctimas del franquismo. Al contrario, las alegaciones "*Franco, la vida de un Dictador*" y "*No vamos a cambiar lo que piensas, pero sí lo que sabes*", parecen apuntar justo en la dirección opuesta. No en vano, se califica a este personaje como "Dictador, lo cual, como se convendrá, no es adjetivo precisamente laudatorio.

En suma, no puede ser calificada como desconsiderada, contraria al buen gusto o a las buenas costumbres, una publicidad que se limita a ilustrar la serie televisiva que promueve con una fotografía del protagonista de la misma, con un tratamiento cuidado, en el sentido de que no aparece en ella expresión o imagen alguna que pueda entenderse irrespetuosa hacia las víctimas del franquismo.

Por todas esas razones, entiende el Jurado que en el caso que nos ocupa la publicidad reclamada no infringiría la norma 8 del Código de Autocontrol.

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

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra la publicidad de la que es responsable la empresa Unidad Editorial.