

JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN



Reclamante	Particular
Reclamado	Hofmann, S.L.U.
Título	Queridas amigas, sigamos creando historias juntas. Internet
Nº de asunto	100/R/JUNIO/2020
Fase del proceso	Primera Instancia – Sección Séptima
Fecha	7 de julio de 2020

Resolución de 7 de julio de 2020 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 Hofmann, S.L.U. La Sección consideró que la publicidad no infringía la norma 10 (Publicidad discriminatoria) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

RESUMEN

Resolución de 7 de julio de 2020 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 Hofmann, S.L.U.

La reclamación se dirigía contra una publicidad difundida por Internet en la que se promocionaba un álbum de fotografía comercializado por la reclamada. En la misma aparecía la imagen del álbum promovido junto a la frase: *“Queridas amigas, sigamos creando historias juntas”*. A su vez, se apreciaba una fotografía con la imagen de tres chicas.

El reclamante alegaba que la publicidad era sexista y discriminaba al hombre porque sólo se centraban en las mujeres.

El Jurado entendió que un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz. no extraería de la publicidad un mensaje que pueda ser considerado discriminatorio del género masculino pues no existe elemento o mensaje alguno en la publicidad que pueda indicar o sugerir que ésta obedece a un motivo que entrañe una discriminación por razón de género. En consecuencia, el Jurado concluyó que la publicidad reclamada no infringía la norma 10 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

En Madrid, a 7 de julio de 2020, 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 en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Hofmann, S.L.U., emite la siguiente.

RESOLUCIÓN

I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 9 de junio 2020, un particular presentó una reclamación, contra una publicidad de la que es responsable la empresa Hofmann, S.L.U.
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida por Internet en la que se promueve un álbum de fotografía comercializado por la reclamada. En ella aparece la imagen del álbum promovido, el cual tiene inserta la siguiente frase: *“Queridas amigas, sigamos creando historias juntas”*. Junto a él, puede verse una fotografía con la imagen de tres chicas.

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

3. Según expone en su escrito de reclamación, el particular considera que la Publicidad Reclamada es sexista y discrimina al hombre, por razón de que sólo se dedica a las mujeres.
4. Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él sostiene que la Publicidad Reclamada es una campaña inclusiva con la ambición de inspirar a las personas a pasar más tiempo junto con sus amigos y familiares en el futuro. Además, añade que la historia de las amigas a la que se hace referencia en la publicidad controvertida es solo la primera de muchas historias que contarán en los próximos meses, siendo su objetivo que todos los que vean estos anuncios puedan verse reflejados en una de estas historias y sentirse relacionados con ellas.

II. Fundamentos deontológicos.

1. En atención a los antecedentes de hecho antes expuestos, esta Sección debe analizar la publicidad objeto del presente Dictamen a la luz de lo dispuesto en la norma 10 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (en lo sucesivo, el **“Código de AUTOCONTROL”**), a tenor de la cual:

“Las comunicaciones comerciales no sugerirán circunstancias de discriminación ya sea por razón de raza, nacionalidad, religión, discapacidad, edad, género u orientación sexual, ni atentarán contra la dignidad de la persona. En particular, se evitarán aquellas comunicaciones comerciales que puedan resultar vejatorias o discriminatorias para la mujer, incluidas las que utilicen el cuerpo de la mujer, o de partes del mismo, como mero objeto desvinculado del producto o servicio que

se pretende promocionar o asociado a comportamientos estereotipados que menoscaben la igualdad entre mujeres y hombres”.

2. Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, el particular reclamante parece considerar que la publicidad que nos ocupa discrimina a los hombres por razón de que sólo se dirige a las mujeres.
3. Esta Sección no puede compartir esta alegación. La anunciante es una empresa dedicada a la comercialización de álbumes de fotografías. Estos álbumes son temáticos, por lo que en cada uno de ellos puede incorporarse un rótulo que sugiera su temática.

Pues bien, sucede únicamente que la publicidad controvertida está protagonizada por un álbum que recopila fotos de un grupo de amigas, y por eso su título -el del álbum- es el de “Queridas amigas, sigamos creando historias juntas”.

Es decir, en la Publicidad Reclamada, la frase “*Queridas amigas, sigamos creando historias juntas*” insertada en el álbum de fotografía promovido no es un eslogan publicitario. Es simplemente el rótulo del que se sirve la anunciante para identificar la temática del álbum de fotos, destinado precisamente a recopilar fotografías de un grupo de amigas.

En consecuencia, en modo alguno puede trasladar al público al que se dirige un mensaje discriminatorio del género masculino. En efecto, un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz no extraerá de la publicidad un mensaje que pueda ser considerado discriminatorio, pues no existe elemento o mensaje alguno en la publicidad que pueda indicar o siquiera sugerir que ésta obedece a un motivo que entrañe una discriminación por razón de género; aquel consumidor sencillamente entenderá que, de entre tantos temas posibles (*ad ex.* el día del padre, la vuelta al cole, la Navidad), en esta ocasión el álbum de fotos cuya imagen aparece en la publicidad está dedicado a recopilar fotografías de un grupo de amigas.

4. Por estas razones, entiende el Jurado que, en el caso que nos ocupa, la Publicidad Reclamada no puede calificarse de discriminatoria y, por tanto, no infringe la norma 10 del Código de AUTOCONTROL.

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

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Hofmann, S.L.U.