

JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN



Reclamante	Particular
Reclamado	Centre Comercial Ribera del Xúquer
Título	Tens una fresca pagada. Cartel
Nº de asunto	111/R/JULIO/2020
Fase del proceso	Primera Instancia - Sección Séptima
Fecha	14 de julio de 2020

Resolución de 14 de julio 2020 de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Centre Comercial Ribera del Xúquer. La Sección desestimó la reclamación entendiendo que la publicidad objeto de análisis no infringía la norma 10 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (Publicidad discriminatoria).

RESUMEN

Resolución de 14 de julio 2020 de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Centre Comercial Ribera del Xúquer.

La reclamación se formula frente a una publicidad difundida en una marquesina en la que se promovían los productos comercializados en los establecimientos de la reclamada. En ella se hallaba inserta en letra de gran dimensión la alegación: *“El diumenge tens una fresca pagada”*; y, debajo de ésta, una imagen en la que aparecían diversas manos brindado con cervezas y en la que destacaba la imagen de una mujer rubia. En la parte inferior izquierda de la publicidad se incluía igualmente la siguiente alegación: *“Per cada 30 € de compra en los nostres tendes de dilluns a dissabte, et convidem a 5 € per fer-te les fresques el diumenge. Que Què? Som Com Som”*. Según afirmaba el particular, la Publicidad reclamada trataba a la mujer como mero objeto y de forma despectiva puesto que se utilizaba como reclamo a una mujer rubia, cuyo color de pelo se asocia a las cervezas las cuales se identifican con las palabras *“fresca”* o *“fresques”*.

Tras examinar la publicidad reclamada, y al no poder compartir la interpretación del particular reclamante, pues en modo alguno traslada al público al que se dirige un mensaje que atente o discrimine a la mujer, el Jurado determinó que no existía infracción de la norma 10 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (Publicidad discriminatoria).

En Madrid, a 14 de julio de 2020, reunida la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. José Luis Piñar Mañas, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Centre Comercial Ribera del Xúquer, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 1 de julio de 2020 un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Centre Comercial Ribera del Xuquer.
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida por la empresa Centre Comercial Ribera del Xúquer y, en particular, una marquesina en la que se promueven los productos comercializados en los establecimientos de la reclamada. En ella se halla inserta en letra de gran dimensión la alegación: *“El diumenge tens una fresca pagada”* y, debajo de ésta, una imagen en la que aparecen diversas manos brindado con cervezas y en la que destaca la imagen de una mujer. En la parte inferior izquierda de la publicidad incluye la siguiente alegación: *“Per cada 30 € de compra en los nostres tendes de dilluns a dissabte, et convidem a 5 € per fer-te les fresques el diumenge. Que Què? Som Com Som”*.

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

3. Según expone en su escrito de reclamación, el particular considera que la Publicidad reclamada trata a la mujer como mero objeto y de forma despectiva. Y ello, por razón de que utiliza como reclamo a una mujer rubia, cuyo color de pelo se asocia a las cervezas las cuales se identifican con las palabras *“fresca”* o *“fresques”*, lo cual supone presentar una mujer rubia y *“fresca”*, como símil o metáfora de la cerveza.
4. Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él sostiene que la publicidad no es discriminatoria, en esencia, por las siguientes razones: *i) “fer-se una fresca”* es una expresión que el público destinatario de la publicidad identifica con el aperitivo previo al almuerzo de los domingos que puede consistir en una cerveza, refresco o cualquier otra bebida; *ii)* el principal público de Centre Comercial Ribera del Xúquer son mujeres de 35 a 50 años y, por ello, son las protagonistas de la mayor parte de sus campañas publicitarias; *iii)* la campaña también cuenta con la versión masculina, la cual se alterna por periodos con la femenina.

II. Fundamentos deontológicos.

1. En atención a los antecedentes de hecho antes expuestos, esta Sección debe analizar la publicidad reclamada 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. Esta Sección ha procedido a visionar la publicidad controvertida, con el fin de determinar si, a su juicio, transmite un mensaje contrario a la dignidad de la mujer o discriminatorio del género femenino. Y, tras llevar a cabo este análisis, y con todos los respetos a la interpretación que el particular reclamante defiende, concluye que no puede compartir esa interpretación. Al contrario, entiende este Jurado que en el presente caso nos encontramos ante una publicidad que en modo alguno traslada al público al que se dirige un mensaje que atente o discrimina la mujer. Y ello, por las siguientes razones:
3. Por su ubicación y tamaño, la parte principal y captatoria de la publicidad es la alegación *“El diumenge tens una fresca pagada”*, la cual se acompaña con una imagen de menor dimensión en la que destacan diversas botellas de cerveza alzadas al brindis y una de ellas sostenida por una mujer rubia. En la medida en que *“fer-se una fresca”* es expresión que el público al que va dirigido la publicidad, que es valenciano parlante, identifica con el aperitivo previo al almuerzo de los domingos que puede consistir, entre otras bebidas, en una cerveza, a juicio de este Jurado, el mensaje que el consumidor medio de ese público extraerá de la publicidad interpretada en su conjunto es que la reclamada ofrece gratuitamente una cerveza.

Y esta conclusión no se ve alterada por el hecho de que en la imagen que acompaña a la alegación *“El diumenge tens una fresca pagada”* aparezca una mujer rubia. Como ya hemos señalado, en el idioma valenciano en el que está escrita la publicidad, el término *“fresca”* tiene un significado claramente vinculado con un aperitivo del que puede formar parte la cerveza, por lo que para el público destinatario de la publicidad (valenciano parlante) no existe elemento alguno en la publicidad que lleve a vincular ese término con la mujer joven que aparece en la imagen de la parte inferior de la publicidad. Conclusión ésta que se ve claramente reforzada si se tiene en cuenta que lo que se destaca en la publicidad, además del eslogan antes transcrito, es la imagen de las botellas de cerveza alzadas al brindis pues, no en vano, está en color y, en cambio, la de la mujer en blanco y negro, razón por la cual el público de los consumidores no asociará esa alegación que, como hemos visto identifica con un aperitivo, con la mujer, sino con las cervezas.

4. A mayor abundamiento, consta acreditado en este procedimiento que la campaña publicitaria cuenta también con una versión en la que, utilizándose el mismo eslogan con el término *“fresca”*, aparece la imagen de un hombre y no la de una mujer, lo cual refuerza la idea de que aquel término, en este caso concreto, atendidas las características de la publicidad, su idioma, su ámbito de difusión y su público destinatario, no se vinculará con la mujer, sino con la cerveza.
5. En consecuencia, este Jurado concluye que la publicidad reclamada 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 Centre Comercial Ribera del Xúquer.