

JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN



Solicitante	Particular
Responsable de la publicidad	Burger King Spain, S.L.U.
Título	Vivan las curvas. Exterior.
Nº de asunto	87/R/MAYO/2021
Fase del proceso	Primera Instancia
Órgano	Sección Séptima
Fecha	11 de junio de 2021

RESUMEN

Resolución de 11 de junio de 2021 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 Burger King Spain, S.L.U.

La reclamación se dirige contra un cartel publicitario exterior difundido por la reclamada en el que promueven sus productos. En él se halla insertada la imagen de dos tiras de bacon fritas y, debajo de ella y en letra de gran dimensión, la siguiente alegación: *“¡Vivan las curvas!”*. En la parte inferior del cartel, se incluye la alegación: *“Ser real sabe muy bien: sin colorantes, conservantes ni aromas artificiales en todos los productos Burger King. Belleza real. Sabor real”*.

El Jurado concluyó que la publicidad no incitaba a poner en práctica comportamientos que puedan resultar perjudiciales para la salud en la medida en que no había ninguna imagen o alegación en la misma que estimulase a los consumidores a hacer un consumo excesivo del bacon ni tampoco que les incite a llevar hábitos de vida poco saludables.

En consecuencia, el Jurado concluyó que la publicidad reclamada no infringía la norma 29 del Código de Conducta publicitaria de AUTOCONTROL.

Recurso de alzada

Frente a dicha resolución, el particular interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su Resolución de 2 de julio por la que confirmaba la Resolución de la Sección Séptima del Jurado de 11 de junio de 2021.

En Madrid, a 11 de junio de 2021, 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 Burger King Spain, S.L.U., emite, por mayoría, la siguiente

RESOLUCIÓN

I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 28 de mayo de 2021, un particular presentó una reclamación, contra una publicidad de la que es responsable la empresa Burger King Spain, S.L.U.
2. La reclamación se dirige contra un cartel publicitario exterior difundido por la empresa Burger King Spain, S.L.U. en el que se promueven productos comercializados por ella. En él se halla insertada la imagen de dos tiras de beicon fritas y, debajo de ella y en letra de gran dimensión, la siguiente alegación: “¡Vivan las curvas!”. En la parte inferior del cartel, se incluye la siguiente alegación: “*Ser real sabe muy bien: sin colorantes, conservantes ni aromas artificiales en todos los productos Burger King. Belleza real. Sabor real*”.

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 es ilícita porque incita al consumo despreocupado de beicon de cerdo frito, sabiendo que su consumo inmoderado puede provocar obesidad, minusvalorando -sino despreciando-, su impacto nutricional negativo y su efecto nocivo en el cuerpo humano, con un *claim* tan temerario en materia de hábitos alimentarios saludables como el de ¡Vivan Las Curvas!
4. Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él se opone a la reclamación argumentando que la publicidad a través del slogan “*Belleza real. Sabor real*” trata de resaltar la belleza natural, de la gente normal, alejada de estereotipos de belleza que para la mayor parte de la población son inalcanzables y asociando esta idea con el carácter natural de los ingredientes de los productos promovidos. Y la alegación controvertida ¡Vivan las curvas! además de tener también ese doble juego, destaca la cualidad del beicon y su forma curva, que es característica apreciada por los consumidores.

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 29 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (en lo sucesivo, el “Código de AUTOCONTROL”), a tenor de la cual:

“Las comunicaciones comerciales no podrán incitar a sus receptores, en especial a los niños y/o adolescentes, a la adquisición de pautas o comportamientos que puedan resultar nocivos para su salud”.

2. Esta Sección considera que la Publicidad Reclamada interpretada en su conjunto en modo alguno incita a poner en práctica comportamientos que puedan resultar perjudiciales para la salud. Sencillamente se sirve de un juego publicitario plasmado en la alegación “*Vivan las curvas*” y la imagen de dos tiras de beicon, para, aludiendo a las curvas características de este producto, apelar al consumo de los productos promovidos. Pero no hay ninguna imagen o alegación en la publicidad que estimule a los consumidores a hacer un consumo excesivo del beicon ni tampoco que les incite a llevar hábitos de vida poco saludables.
3. En consecuencia, ha de concluirse que la publicidad reclamada no infringe la norma 29 del Código de AUTOCONTROL.

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

ACUERDA

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