

JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN

Reclamante	Particular
Reclamado	Burger King Spain, S.L.U.
Título	Vivan las curvas. Exterior
Nº de asunto	87/R/MAYO/2021
Fase del proceso	Segunda Instancia
Órgano	Pleno del Jurado
Fecha	2 de julio 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 2 de julio de 2021, reunido el Pleno del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidido por D. José Ramón Ferrándiz Gabriel para el estudio y resolución del recurso de alzada presentado por un particular contra la resolución de la Sección Séptima de 11 de junio de 2021, emite 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 Burger King Spain, S.L.U.
2. Se da por reproducida la publicidad reclamada, así como los argumentos esgrimidos por ambas partes, tal y como se recogen en la resolución de la Sección Séptima del Jurado de 11 de junio de 2021 (en adelante, la “**Resolución**”).
3. Mediante la citada Resolución, la Sección Séptima del Jurado acordó desestimar la reclamación presentada
4. El 21 de junio de 2021, el particular interpuso recurso de alzada contra la Resolución. En él insiste en que la publicidad es ilícita porque a su entender la frase “*¡Vivan las curvas!*” que incluye la publicidad por sí sola (resaltada en grandes letras) y bajo la imagen de unas tiras de bacon, contrariamente a lo que la resolución ha considerado, estimula a los consumidores (en especial los menores) a hacer un consumo despreocupado e incluso excesivo del producto promocionado. Y ello, habida cuenta de que, siempre a su juicio, los consumidores que observen la publicidad (especialmente niños y adolescentes) reciben un mensaje alegre y desenfadado sobre el consumo de bacon; esto es: *¡Vivan las curvas!*, que no sugiere tomar ninguna cautela, más bien incita a despreocuparse totalmente del efecto que puede producir en su cuerpo. Y la ausencia de cualquier mención a la necesidad de hacer un consumo moderado del bacon, de hacer actividad física y llevar un estilo de vida saludable, a su entender, refuerzan que la frase *¡Vivan las curvas!* es incompatible con pautas saludables alimentarias.
5. Trasladado el recurso de la alzada a la empresa Burger King Spain, S.L.U., ésta ha presentado escrito de contestación al recurso en plazo. En él mantiene, como ya hizo en instancia, que la alegación “*¡Vivan las curvas!*” hace referencia directa a la característica del producto que se muestra en la imagen que aparece en la publicidad controvertida, que no es otra que su forma ondulada, y que ésta en modo alguno será entendida por el consumidor medio al que se dirige (que no es mayoritariamente el público menor de edad) como una incitación a comer el producto de manera excesiva o compulsiva. Además, argumenta que el interés de la compañía por ofrecer productos saludables queda plasmado en la publicidad a través de la referencia expresa que contiene a que se han eliminado todos los colorantes, conservantes y aromas artificiales de sus productos y la alegación “*Belleza real, sabor real*”.

II. Fundamentos deontológicos.

1. Con carácter previo al análisis de los distintos motivos de impugnación expuestos por la recurrente, y en aras de una mejor comprensión de la presente resolución, el Pleno considera conveniente hacer una breve síntesis de la cuestión debatida y de la resolución de instancia.

El presente procedimiento trae causa en una reclamación en la que se alegaba que la publicidad reclamada era ilícita porque incitaba al consumo despreocupado de bacon 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, todo ello a través del *claim* “¡Vivan Las Curvas!”.

2. En su resolución de instancia, el Jurado desestimó esta reclamación porque consideró que la publicidad ni estimulaba a los consumidores a hacer un consumo excesivo del bacon, ni tampoco les incitaba a llevar hábitos de vida poco saludables; solamente se servía de un juego publicitario plasmado en la alegación “¡Vivan las curvas!” y la imagen de dos tiras de bacon, para, aludiendo a las curvas características de este producto, apelar al consumo de los productos promovidos.
3. Frente a este pronunciamiento se alza el particular reprochando a la resolución haber interpretado incorrectamente la alegación “¡Vivan las curvas!” y la imagen de las tiras de bacon que la publicidad incluye, pues, en síntesis, a su juicio, incita a los consumidores (especialmente niños y adolescentes) a hacer un consumo despreocupado e incluso excesivo del producto promocionado, con independencia del efecto que puede producir en su cuerpo.
4. Es una realidad indiscutible que las tiras de bacon de cerdo frito se caracterizan, entre otras cosas, por sus contornos ondulados o curvos. En la medida en que la publicidad reclamada incluye una imagen de gran tamaño de dos tiras de ese producto coronada con la frase “¡Vivan las curvas!”, a juicio de este Pleno, no es dudoso que un consumidor medio, con independencia de su edad, asociará esta expresión con la imagen que aparece en la publicidad; esto es: con las tiras de bacon frito. No hay ningún otro elemento o imagen en la publicidad que pueda sugerirle cosa distinta.
5. Por lo demás y como bien consideró la resolución, con este giro al que recurre el anunciante para asociar el término “curvas” con la forma de las tiras de bacon que aparecen en la imagen insertada en la publicidad en modo alguno se apela a un consumo excesivo o irresponsable del producto, como el particular defiende. Tanto menos cuando aquélla incluye tan sólo dos tiras de bacon. Simplemente se ensalza y, así, promueve el producto ofertado.
6. En consecuencia, ha de concluirse que la publicidad reclamada no infringe el Código de AUTOCONTROL, tal y como consideró la resolución.

Por las razones expuestas, el Pleno del Jurado de AUTOCONTROL

ACUERDA

Desestimar el recurso de alzada interpuesto por un particular contra la resolución de la Sección Séptima de 11 de junio de 2021.