

JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN



Reclamante	Particular
Reclamada	Llao Llao Marketing, S.L.
Nombre del asunto	Madrid se llena de yogur helado. Internet
Nº de asunto	172/R/OCTUBRE/2021
Fase del proceso	Primera Instancia
Órgano	Sección Séptima
Fecha	15 de octubre de 2021

RESUMEN

Resolución de 15 de octubre 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 mercantil Llao Llao Marketing, S.L.

La reclamación se formuló frente a varias piezas difundidas en prensa e Internet, donde se incluían descripciones e imágenes de la Gran Vía de Madrid recubierta de un río de una masa blanca, que simula ser yogur helado. La parte reclamante alegaba que las piezas publicitarias suponían una falta de respeto hacia los afectados por la erupción del volcán en La Palma, al utilizar el yogur como una recreación de la lava.

La Sección desestimó la reclamación considerando que la publicidad reclamada no infringía la norma 8 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL. Entendió que la publicidad no alude a ninguna actividad volcánica ni ningún término asociado y es suficientemente ficticia e irreal, de modo que un consumidor medio no percibirá las imágenes como una alusión a la situación vivida en La Palma ni a ninguna otra catástrofe natural. De esta forma, concluyó que la publicidad no traslada un mensaje irrespetuoso hacia los damnificados por dicha erupción.

En Madrid, a 15 de octubre 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 Llao Llao Marketing, S.L., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 6 de octubre de 2021, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Llao Llao Marketing, S.L.
2. La reclamación se dirige contra varias piezas publicitarias difundidas, respectivamente, en prensa e Internet por la empresa, en las que se promueve un yogur helado que ésta comercializa.

La publicidad difundida en prensa está presidida por la siguiente alegación: *“La Gran Vía se llena de Madrid Helado”*. Debajo se incluye una imagen de la calle recubierta por una especie de masa blanca y, sobre ésta, y en letra de menor tamaño el siguiente texto: *“De nuevo como sucedió hace varios días con la caída de WhatsApp, Instagram y Facebook la realidad supera la ficción. Hoy la Gran Vía madrileña se ha levantado recubierta de yogurt helado. ¿La razón? Una avería en una de las máquinas de frozen yogurt de la flagship de llaollao, un producto natural que contiene probióticos y que se ha convertido en uno de los alimentos más sanos y recomendables por sus bondades nutricionales”*.

La publicidad difundida por internet, que tiene un formato que simula un telediario, se inicia con una imagen de la Gran Vía, que paulatinamente se va recubriendo de una especie de masa blanca, y sobreimpresionada la frase *“última hora. Madrid se llena de yogurt”* mientras una voz en *off* relata, como si de un reportero se tratase, lo siguiente: *“Última hora. Así ha amanecido Madrid, llena de yogur helado. El producto avanza de forma descontrolada por Gran Vía. Un momento, nos informan de que el origen se encuentra en el nuevo llaollao cercano a Plaza Callao. Estamos esperando más detalles por parte de los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado”*.

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 recrea la lava como si fuera yogur, lo cual considera una humillación y una falta de respeto hacia los habitantes y familiares de la Isla de la Palma afectadas por el volcán.
4. Trasladada la reclamación a la anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él defiende que la publicidad no es ilícita porque no guarda ninguna similitud con los trágicos hechos ocurridos en la Palma, pues no hay en ella ninguna referencia a ningún volcán, ni a lava, ni a erupciones, en definitiva, a ninguna actividad volcánica. De hecho, sigue alegando la reclamada, la publicidad se ideó y planificó en fechas anteriores a la erupción del volcán.

II. Fundamentos deontológicos.

1. En atención a los antecedentes de hecho expuestos esta Sección debe analizar la publicidad reclamada a la luz de la Norma 8 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (en lo sucesivo, el “**Código de AUTOCONTROL**”) que dispone lo siguiente: *“1. 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”.*
2. Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, el particular que ha instado el presente procedimiento considera que la publicidad reclamada es ilícita porque recrea la lava como si fuera yogur, lo cual considera una humillación y una falta de respeto hacia los habitantes y familiares de la Isla de la Palma afectadas por el volcán.
3. A juicio de esta Sección –y desde el máximo respeto a la opinión del reclamante- el paralelismo que éste establece entre el río de masa blanca (que representa el yogur helado promovido) descendiendo por la Gran Vía que aparece en la imagen de la publicidad reclamada y la erupción volcánica de la Palma obedece a una percepción subjetiva. En la publicidad no se alude a ninguna actividad volcánica ni a ningún elemento o término (*ad ex.* lava, erupción) que pueda asociarse a ésta, por lo que idénticos símiles podrían trazarse con otros fenómenos naturales como las riadas. En consecuencia, un consumidor medio no percibirá las imágenes que integran la publicidad reclamada como una alusión a la dramática situación que se vive en La Palma, ni por ende obtendrá de la publicidad reclamada un mensaje irrespetuoso hacia los afectados por la erupción volcánica de dicha isla. Ni, tampoco y por demás, hacia los afectados por cualquier otro desastre natural, pues por el formato, texto y contexto de los anuncios que integran la publicidad advertirá que ésta narra un suceso absolutamente ficticio e irreal -un río de yogur helado descendiendo por una de las principales arterias de Madrid- que no encuentra parangón con ningún fenómeno natural real.
4. Por todo ello, el Jurado concluye que la publicidad reclamada no infringe 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 una publicidad de la que es responsable la empresa Llao Llao Marketing, S.L.