



Asociación de Usuarios
de la Comunicación

Cavanilles, 29 2º D
28007 MADRID
Tel: 91 501 67 73
Fax: 91 502 07 01
auc@auc.es
<http://www.auc.es>

AUTOCONTROL DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL
Conde de Peñalver 52
28006 MADRID

Madrid, 27 de julio de 2007

D. Alejandro Perales Albert, en nombre y representación de la Asociación de Usuarios de la Comunicación, de la que es Presidente, viene a presentar, por medio de este escrito y ante el JURADO DE AUTOCONTROL, reclamación contra una campaña de **BURGER KING**, en base a las siguientes alegaciones:

De hecho

1. La Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC, en adelante) es una asociación, sin ánimo de lucro, constituida al amparo de lo previsto en la ley 26/84 General para la defensa de los consumidores y usuarios. Se encuentra inscrita en el Registro de asociaciones de consumidores del Instituto Nacional de Consumo y es miembro del Consejo de Consumidores y Usuarios creado en desarrollo de la Ley 26/84.
2. Esta Asociación está legitimada para intervenir, administrativa y judicialmente, ante supuestos de publicidad ilícita por, entre otras, la ley 26/84, la ley 34/88 general de publicidad y la ley 3/91 de competencia desleal, la ley 7/98 sobre condiciones generales de la contratación y la ley 22/1999 que incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva europea de Televisión sin Fronteras.
3. En el marco de nuestra actividad de seguimiento e identificación de ilícitos publicitarios hemos detectado una campaña de televisión, con diferentes spots, del anunciante **BURGER KING** en la que se utiliza como estímulo publicitario el regalo de diferentes elementos de merchandising relacionados con el estreno en salas cinematográficas de la película de Los Simpsons. Consideramos que algunos aspectos de esta publicidad contravienen el Código PAOS y, por ende, el Código de AUTOCONTROL, por lo que a continuación se señala.

De derecho

El **Código PAOS** suscrito por FIAB y el Ministerio de Sanidad y Consumo, establece una serie de reglas limitativas del uso de personajes famosos y de programas en la publicidad de alimentos. La regla 13 señala taxativamente que la publicidad de alimentos o bebidas no explotará en ningún caso la especial confianza de los menores en sus padres, en profesores, o en otras personas, tales como profesionales de programas infantiles, o personajes (reales o ficticios) de películas o series de ficción. Por ello, más en concreto, el apartado 1 de la mencionada regla 13 prohíbe en la publicidad de alimentos o bebidas dirigida a menores la participación o aparición de personajes especialmente próximos al público menor de edad, tales como, por ejemplo, presentadores de programas infantiles, personajes –reales o ficticios– de películas o series de ficción, u otros.

Parece claro que con esta norma se trata de evitar que la presencia o el testimonio de determinadas personas o personajes conocidos y admirados por los menores en anuncios dirigidos a éstos, ejerza una influencia indebida sobre ellos de tal forma que puedan verse impulsados a solicitar la compra del producto alimenticio anunciado no tanto por las propias características de dicho producto o de la oferta en su conjunto, sino por el simple hecho del testimonio o respaldo (en su caso) del personaje que aparece en el anuncio.

La asociación con el producto anunciado de personajes populares tiene como excepción la mención o presencia de los mismos cuando el anunciante ofrece como regalo promocional reproducciones de esos personajes o productos con su imagen. Nada que objetar, por tanto, a la referencias en ambos casos que se incluyen en la campaña de BURGER KING, pero sí a las imágenes de animación que escenifican el rodaje de la ingesta de una hamburguesa por parte de Hommer Simpson. En esta escena no sólo se menciona expresamente la denominación de la hamburguesa, sino que además el personaje describe de forma positiva los ingredientes del producto y expresa su satisfacción por el mismo.



Asociación de Usuarios
de la Comunicación

Cavanilles, 29 2º D
28007 MADRID
Tel: 91 501 67 73
Fax: 91 502 07 01
auc@auc.es
<http://www.auc.es>

Entendemos que la inclusión de esas imágenes en uno de los spots de la campaña hace que la campaña en su conjunto esté incumpliendo el Código PAOS y, en consecuencia, se solicita del Jurado de esa Asociación declare ilícita la publicidad objeto de reclamación y requiera al anunciante su inmediato cese, así como que imponga la sanción a que este incumplimiento del Código diera lugar.

AUC
Asociación de Usuarios de la Comunicación

Fdo: Alejandro Perales Albert
Presidente