

Asociación de Autocontrol de la Publicidad

Conde de Peñalver, 52-1ºD
28006 Madrid

Madrid, a 19 de febrero de 2007

D. Alejandro Perales Albert, en nombre y representación de la ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACION de la que es Presidente, viene a presentar por medio de este escrito reclamación ante el Jurado de Autocontrol de la Publicidad contra **DOLCE & GABBANA**, en base a las siguientes alegaciones:

De hecho

1. La Asociación de Usuarios de la Comunicación (en adelante AUC) es una organización sin ánimo de lucro, constituida al amparo de lo previsto en la ley 26/1984 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 26/1984, por el Real Decreto 2211/1995 de 28 de Diciembre.
2. La AUC está legitimada para intervenir, administrativa y judicialmente, ante supuestos de publicidad ilícita por, entre otras, la citada Ley 26/1984; la Ley 34/1988, General de Publicidad; la Ley 3/1991 de Competencia Desleal; la Ley 7/1998 sobre Condiciones Generales de la Contratación, y la Ley 25/1994, modificada por la Ley 22/1999 que incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva conocida como de la Televisión sin Fronteras.
3. En el marco de nuestra actividad de seguimiento y detección de mensajes publicitarios hemos detectado un anuncio en prensa de la empresa de moda **DOLCE & GABBANA** que, a nuestro entender incumple la legislación vigente y, por ende, el Código de Autocontrol.
4. En este anuncio se muestra a un hombre que mantiene a una mujer contra el suelo, mientras otros hombres observan merodeando esta agresión. Esta escena puede ser interpretable como de violación múltiple o *Gang Bang*, o al menos como una imposición por la fuerza de la voluntad del hombre sobre la de la mujer. Hay que tener en cuenta, asimismo, que la estética aséptica y fría de la puesta en escena resalta aún más la agresividad del contenido.

De derecho

1. La **Ley 34/1988**, de 11 de noviembre, General de Publicidad, tras la aprobación del artículo 10 de la **Ley Orgánica 1/2004**, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral Contra la Violencia de Género, que considera ilícita la utilización de ***“la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio”***, señala en su artículo 3 tras la modificación operada por la Disposición Adicional Sexta de la mencionada LO 1/2004 que es ilícita ***“la publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente a los que se refiere sus artículos 18 y 20, apartado 4. Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria, bien utilizando particular y directamente su cuerpo o partes del mismo como mero objeto desvinculado del producto que se pretende promocionar, bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados que vulnere los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica de medidas de protección integral contra la violencia de género”***
2. Por su parte, el **Código de Conducta Publicitaria de la AAP** señala en su Norma 2 que la publicidad debe respetar la legalidad vigente. Y su Norma 10 establece que la publicidad no sugerirá circunstancias de discriminación ya sea por razón de raza, nacionalidad, religión, sexo u orientación sexual, ni atentará contra la dignidad de la persona.

En consecuencia, solicitamos del Jurado de esa Asociación que requiera a **DOLCE & GABBANA** el cese o rectificación de la referida publicidad.

Fdo: Alejandro Perales Albert
Presidente de AUC