



San Salvador, 4 de septiembre de 2020.

Señores

**RESTAURANTE LA PLAYA SEAFOOD AND DRINKS
CALLE LA REFORMA #225, COLONIA SAN BENITO
SAN SALVADOR**

Presente. -

Por este medio hago de su conocimiento que la Comisión de Autorregulación Publicitaria del Consejo Nacional de la Publicidad -CNP-, en cumplimiento de lo dispuesto en el Código de Autorregulación Publicitaria de El Salvador, de manera oficial ha evaluado la pieza publicitaria publicada el día 03 de septiembre de 2020, en las redes sociales del anunciante RESTAURANTE LA PLAYA, denominada temporalmente: “**“2x1 en cerveza nacional”**”, la cual se describe a continuación:

Con un fondo de la bandera de El Salvador, se lee: “*La Playa. DALE MÁS PILSENER A LA TOXICA, TAL VEZ ASÍ TE DA LA DONA. Del 3 al 6 de septiembre 2x1 en cerveza nacional. 12md-8pm, mostrando caricatura de dos botellas de cerveza de una marca nacional*”.

En ese sentido, vista la gravedad a las normas legales y de autorregulación por parte del anunciante, con la publicación de la pieza relacionada anteriormente, se habilitó la evaluación de oficio, por lo que la Comisión ha realizado las consideraciones siguientes: “”

I. La Publicidad Comercial en El Salvador, se rige por el Código de Autorregulación Publicitaria, siendo el CNP el ente de referencia para las

instituciones públicas en el tema publicitario, tales como la Defensoría del Consumidor y la Dirección General de Espectáculos de Radio y Televisión del Ministerio de Gobernación y Desarrollo Territorial.

II. Que analizada la pieza antes relacionada, de la lectura de “DALE MÁS PILSENER A LA TOXICA, TAL VEZ ASÍ TE DA LA DONA”, queda en evidencia que nos encontramos frente a una expresión de violencia en contra de las mujeres, incluida en un mensaje publicitario, mediante el uso de palabras con doble sentido, en el que se ha hecho uso de un humor torcido y vulgar, que invita a los hombres a aprovechar la promoción de 2X1 en cervezas, para que su novia, pareja o acompañante mujer, identificada de forma despectiva como “La Toxica”, ya bajo la influencia de los efectos del alcohol, acceda al contacto sexual, lo cual a su vez, podría llegar a considerarse como una incitación al cometimiento de un delito.

III. Que dicha expresión de violencia claramente transgrede los artículos del Código de Autorregulación Publicitaria de El Salvador siguientes:

- *Art. 4 inc. 1° “Toda actividad publicitaria debe caracterizarse por el respeto a la dignidad de la persona y a su intimidad, al núcleo familiar, al interés social, a las autoridades constituidas, a las instituciones públicas y privadas y a los símbolos patrios. El anuncio no debe favorecer o estimular ninguna clase de discriminación”.*
- *Art. 5. El anuncio no debe inducir a actividades ilícitas, ni favorecerlas, enaltecerlas o estimularlas.*
- *Art. 9.- Todo anuncio debe ceñirse a la moral, decencia, buenas costumbres y orden público. Se respetarán los conceptos morales que prevalecen en nuestra sociedad. La participación de la mujer en piezas publicitarias en general, deberá respetar la integridad de las mismas. El uso respetuoso de la sensualidad en piezas publicitarias es permitido. Sin embargo, no será permitida la utilización de la imagen de la mujer, aprovechando su físico con el único objetivo de vincular su sexualidad con productos o servicios no*

relacionados con esta. La publicidad no se apoyará en elementos pornográficos.”

- *Art. 11. El anuncio no debe explotar ninguna especie de superstición. Tampoco la publicidad alentará la violencia o malos tratos contra las personas sea cual fuere su género o condición.*

IV. Que asimismo, la expresión de violencia a la que se ha hecho referencia encaja en los supuestos jurídicos establecidos en los Artículos:

Art. 31 literal a) de la Ley de Protección al Consumidor:

“Se entenderá como publicidad ilícita la siguiente:

a) La publicidad que atente contra la dignidad de la persona, o vulnere el derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen reconocidos en la constitución, especialmente en lo que se refiere a la mujer, juventud, infancia o grupos minoritarios. 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, o bien su imagen asociada a comportamientos estereotipados, sin perjuicio de lo establecido en la ley especial integral para una vida libre de violencia para las mujeres;”

Artículo 55 literal a) de la Ley Especial Integral para una Vida Libre de Violencia para las Mujeres:

“Quien realizare cualquiera de las siguientes conductas, será sancionado con multa de dos a veinticinco salarios mínimos del comercio y servicio:

a) Elaborar, publicar, difundir o transmitir por cualquier medio, imágenes o mensajes visuales, audiovisuales, multimedia o plataformas informáticas con contenido de odio o menosprecio hacia las mujeres.”

V. Que de conformidad a las leyes citadas, el responsable de la publicidad es el anunciante, en este caso, RESTAURANTE LA PLAYA SEAFOOD AND DRINKS,

aunque la pieza publicitaria haya sido elaborada por una agencia de publicidad o un community manager externo. Por lo tanto, son los anunciantes, sin importar si se trata de una pequeña, mediana o gran empresa, quienes deben asegurarse del cumplimiento de la normativa legal vigente en todos sus mensajes publicitarios, siendo indiferente el medio que utilicen para promocionar sus servicios o productos.

Lo anterior, también obliga principalmente a los anunciantes a asegurarse que las personas o empresas encargadas de diseñar su publicidad, lo hagan con plena observancia de lo establecido en el Código de Autorregulación Salvadoreña y demás leyes vigentes, como lo son para el presente caso la Ley Especial Integral para una Vida Libre de Violencia para las Mujeres (LEIVLVM) y la Ley de Protección al Consumidor.

La industria publicitaria en términos generales, práctica la autorregulación publicitaria. Las agencias y medios tienen conocimiento pleno de los códigos de autorregulación y leyes. Pero la responsabilidad no solo debe recaer en este sector, sino que también pequeñas empresas de publicidad, boutiques creativas y otros negocios que diseñan publicidad para los anunciantes deben tener la responsabilidad de conocer y practicar todos estos principios éticos que por más de 50 años ha venido impulsando la industria publicitaria salvadoreña.

Lo anterior, los anunciantes pueden y deben exigir a las empresas que les diseñan publicidad, aunque no sean agencias formalmente constituidas, a que cumplan las normas de autorregulación y la ley vigente. Asimismo deben exigir que esto se cumpla en todas las plataformas, no solo en los medios tradicionales, sino especialmente en redes sociales y medios digitales, pues caso contrario, les traerá a ellos mismos, sanciones de las cuales podrían no ser causantes, pero si responsables.

*Con base en lo antes expuesto, la Comisión de Autorregulación Publicitaria de El Salvador **DICTAMINA:** A) Que la pieza relacionada violenta los artículos 4, 5, 9 y 11 del Código de Autorregulación Publicitaria; B) Requerir al anunciante **RESTAURANTE LA PLAYA SEAFOOD AND DRINKS** se abstenga en el futuro de incluir en sus mensajes publicitarios cualquier tipo de expresión de violencia en*

contra de las mujeres, sin importar si éstos son publicados en redes sociales u otro medio de comunicación; **C) Notificar de la presente resolución al RESTAURANTE LA PLAYA SEAFOOD AND DRINKS. D) Notificar a la Presidencia de la Defensoría del Consumidor y al Director de Espectáculos Públicos Radio y Televisión del Ministerio de Gobernación y Desarrollo Territorial para los fines legales correspondientes.**

Atentamente,



Lic. Luis Roberto Chávez
Presidente Ejecutivo

C.C.

Director General de Espectáculos Públicos de Radio y Televisión del Ministerio de Gobernación.

Presidencia de la Defensoría del Consumidor.