

# Un anuncio premiado secuestrado por inmoral

MADRID, 12 D16).—Un cartel publicitario que reproducía la “parte posterior glútea” (eufemismo de culo), de dos mujeres, cubiertas por un reducido “short”, bajo la inscripción de “siguenos”, ha sido el causante de que la firma comercial delegada en nuestro país para la fabricación de los pantalones vaqueros “Jesús”, resulte sancionada por el Ministerio de Información y Turismo con la retirada inmediata de tales carteles y la suspensión de cualquier actividad publicitaria de la empresa en el periodo de seis meses.

Al propio tiempo, dicho anuncio ha sido galardonado con el tercer puesto en el Concurso de Publicidad Exterior, cuyo escrutinio se realiza anualmente en una prestigiosa notaría de Madrid.

La agencia de publicidad encargada de la difusión del anuncio, ha desmentido la noticia de que había sido también penalizada con una multa, y afirma que la único que ha recibido es un comunicado mediante el cual se le amonesta.

## El artículo séptimo

El director-gerente de la firma Enrique Montero, ha declarado a

D16: “Pese a que, por puro escepticismo, no vamos a recurrir legalmente, el perjuicio económico para la empresa es considerable, debido a que se trata del inicio de una campaña a través de la que se intenta introducir un pantalón internacionalmente reconocido”.

La sanción impuesta está basada en la transgresión de uno de los aspectos contemplados en el casi metafísico artículo séptimo del Estatuto de la Publicidad. El oficio dice textualmente: “por violar los conceptos de decoro social y buen gusto”. En este sentido manifiesta el señor Montero: “Yo creo que el anuncio es bastante fino. Hemos pretendido, ante todo, desconectarlo de cualquier implicación religiosa y, honradamente, pienso que lo hemos conseguido; lo que ocurre es que determinados sectores puritanos han reaccionado de forma incomprensible.”

“A mí no se me ha ocurrido pensar nunca —prosigue el gerente— que las galletas, por llamarse María, atentasen contra el dogma de la virginidad.”

El señor Montero calificó el hecho de “sorprendente y a la vez de esperado”, teniendo en cuenta

las “viejas y santas costumbres hispanas”, que chocan, un poco, con el actual momento presumiblemente democrático.

## Exhibido en Europa

“La campaña publicitaria, en la que se invirtieron cinco millones de pesetas en la contratación de casi trescientas vallas, no sufrió deterioro alguno, puesto que la notificación de la sanción se recibió una vez finalizada dicha campaña.”

El cartel de la polémica fue diseñado hace unos siete años, por una agencia de publicidad italiana, sobre fotos del prestigioso Toscani. Ha sido exhibido en casi todos los países de la Europa occidental, sin haber sido objeto de sanción.

Sólo en Italia, tras su aparición, originó un intrascendente conflicto de opinión pública entre sectores reaccionarios y progresistas.

Conflicto que jamás traspasó las columnas de los periódicos.

“Casi todos los medios profesionales vinculados a la publicidad —concluye el señor Montero— han sido unánimes al reconocer la creatividad y fuerza expresiva del anuncio.”