



Resolución de 26 de julio de 2018, de la Sección Segunda del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un Particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Bakery Donuts Iberia, S.A.U. declarando que no existía infracción de la norma 2 del Código de Autocontrol (respeto a la legalidad y a la constitución) en relación con el artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

**Resumen de la Resolución:
Particular vs. Bakery Donuts Iberia, S.A.U.
“Donuts. Exterior”**

Resolución de 26 de julio de 2018, de la Sección Segunda del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un Particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Bakery Donuts Iberia, S.A.U.

La reclamación se dirige contra una publicidad realizada en la calle y, en particular, en un vehículo estacionado en la que se promocionan los productos (Donuts) comercializados por la reclamada. La publicidad consiste en la sobreimpresión, en el vehículo mencionado, del signo “Donuts” y la imagen de este producto.

El particular en su escrito considera que la publicidad reclamada constituye un supuesto de publicidad subliminal pues, a su juicio, la finalidad perseguida por la reclamada al estacionar la furgoneta que la contiene, cerca de la Residencia de estudiantes Bal y Gay todos los días y sin que realice reparto alguno, no es otra que incentivar (o aumentar) la compra y consumo del producto promovido (Donuts) por parte de los estudiantes que residen en ese edificio.

El Jurado consideró que no existía infracción de la norma 2 del Código de Autocontrol (respeto a la legalidad y a la constitución) en relación con el artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. Por un lado, quedó acreditado que existía una razón más que justificada que explicaba por qué el vehículo que portaba la Publicidad Reclamada solía estacionarse cerca de la Residencia Bal y Gay, en la medida en que era conducido por un transportista que tenía su residencia habitual en una zona próxima. Por otro lado, la Publicidad Reclamada no podía describirse como publicidad subliminal, al no existir, como advirtió el Jurado, uso alguno de técnica de estímulos de intensidades fronterizas con los umbrales de los sentidos, que pudiera actuar sobre el público destinatario sin ser conscientemente percibida, tal y como exige la definición legal de publicidad subliminal. Al contrario, el vehículo en cuestión llevaba sobreimpresionado con claridad el signo e imagen del producto promocionado.

**Texto Completo de la Resolución del Jurado:
Particular vs. Bakery Donuts Iberia, S.A.U.
“Donuts. Exterior”**



En Madrid, a 26 de julio de 2018, reunida la Sección Segunda del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Julio Costas Comesaña, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Bakery Donuts Iberia, S.A.U., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 25 de junio de 2018, un particular presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Bakery Donuts Iberia, S.A.U.

2.- La reclamación se dirige contra una publicidad realizada en la calle y, en particular, en un vehículo estacionado en la que se promocionan los productos (Donuts) comercializados por la reclamada. La publicidad consiste en la sobreimpresión en el vehículo del signo “Donuts” y la imagen de este producto.

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 constituye un supuesto de publicidad subliminal, pues, a su juicio, la finalidad perseguida por la reclamada al estacionar la furgoneta que la contiene, cerca de la Residencia de estudiantes Bal y Gay todos los días (salvo uno en el que se ubica en otro lugar próximo) y sin que realice reparto alguno, no es otra que incentivar (o aumentar) la compra y consumo del producto promovido (Donuts) por parte de los estudiantes que residen en ese edificio.

4.- Traslada la reclamación a la empresa anunciante, Bakery Donuts Iberia S.A.U., ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él, señala, en primer término, que no existen pruebas suficientes que corroboren los hechos que se afirman en la reclamación, toda vez que no ha quedado acreditado que la furgoneta en cuestión no realice reparto, que se halle estacionada de manera permanente cerca de la Residencia y sólo se mueva un día, y que tenga el objetivo de incentivar la compra del producto Donuts a un determinado público. Por lo tanto, a juicio de la reclamada, la reclamación no cumple con los requisitos exigidos en el artículo 13.1 d) del Reglamento del Jurado de la Publicidad.

En todo caso y, en segundo término, la reclamada hace constar que la furgoneta a la que alude la reclamación, y que el reclamante identifica mediante una fotografía, es conducida por un transportista que tiene su residencia habitual en una zona próxima a la Residencia Bal y Gay a la que hace referencia el reclamado en su reclamación. Y que éste estaciona allí una vez terminada su jornada laboral y de reparto en ejercicio de su libertad de elección de estacionamiento en el lugar que esté disponible y se halle cerca de su residencia. Por tanto, concluye la reclamada, la Publicidad Reclamada no puede constituir un supuesto de publicidad subliminal, pues la reclamada no interviene en la



elección del lugar de estacionamiento de la furgoneta y el transportista al elegirlo simplemente persigue estacionar en la zona más próxima a su residencia habitual.

Por todo ello, la reclamante solicita del Jurado que desestime la reclamación presentada.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- En atención a los antecedentes de hecho antes expuestos y del tenor de la reclamación presentada, esta Sección debe analizar la publicidad objeto del presente procedimiento a la luz del principio de veracidad recogido en la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (respeto a la legalidad y a la constitución), (en lo sucesivo, el “**Código de Autocontrol**”), que recoge el principio de legalidad en los siguientes términos: *“La publicidad debe respetar la legalidad vigente y de manera especial los valores, derechos y principios reconocidos en la Constitución”*.

En el caso que nos ocupa, dicha norma debe ponerse en relación con el artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, que declara ilícita la publicidad subliminal. A su vez, este ilícito publicitario se define en el artículo 4 del mismo texto legal, a cuyo tenor:

“A los efectos de esta ley, será publicidad subliminal la que mediante técnicas de producción de estímulos de intensidades fronterizas con los umbrales de los sentidos o análogas, pueda actuar sobre el público destinatario sin ser conscientemente percibida”.

2.- Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, el particular parece considerar que la Publicidad Reclamada constituye un supuesto de publicidad subliminal en la medida en que, a su entender, persigue incentivar (o aumentar) la compra y consumo del producto promovido (Donuts) por parte de un determinado colectivo; esto es: los estudiantes que residen en la Residencia Bal y Gay.

3.- Pues bien, en el caso que nos ocupa ha quedado acreditado en este procedimiento por parte de la reclamada que el vehículo (furgoneta) que contiene la Publicidad Reclamada, es conducido por un transportista que tiene su residencia habitual en una zona próxima a la Residencia Bal y Gay. Además, ha quedado acreditado también que tal vehículo sólo se encuentra estacionado cerca de la mencionada Residencia en horas no laborables, y que durante la jornada laboral y de reparto puede encontrarse estacionado en otras zonas distintas. Por lo tanto, es claro, a juicio de este Jurado, que existe una razón más que justificada que explica por qué el vehículo que porta la Publicidad Reclamada suele estacionarse cerca de la Residencia Bal y Gay.

4.- Pero aunque, a efectos meramente dialectos ése no fuera el caso, lo cierto es que este Jurado considera, con todos los respetos hacia el parecer del reclamante, que la conducta que el reclamante achaca a la reclamada no vulnera ninguna norma del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol ni menos aún su norma 2 (respeto a la legalidad y a la constitución), puesta en relación con los artículos 3 y 4 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. Pues, en efecto, no se advierte, en la



Publicidad Reclamada, uso alguno de técnica o de producción de estímulos de intensidades fronterizas con los umbrales de los sentidos o análogas, que pueda actuar sobre el público destinatario sin ser conscientemente percibida, tal y como exige ese precepto. Al respecto basta observar que el vehículo en cuestión lleva sobreimpresionado con meridiana claridad el signo e imagen del producto promovido.

En consecuencia, entiende el Jurado que en el caso que nos ocupa la Publicidad Reclamada no infringe la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (respeto a la legalidad y a la constitución).

Por las razones expuestas, la Sección Segunda del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Bakery Donuts Iberia, S.A.U.