



Resolución de 11 de enero de 2018, de la Sección Primera 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 Idealista, S.A. La Sección desestimó la reclamación declarando que no existía infracción alguna de las normas 8 y 10 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (**en lo sucesivo, el “Código de AUTOCONTROL”**).

Resumen de la Resolución: Particular vs Idealista, S.A. “Idealista.TV”

Resolución de 11 de enero de 2018, de la Sección Primera del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Idealista, S.A.

La reclamación se formuló frente a una publicidad difundida por televisión, en la que se promocionan servicios de localización de viviendas en venta y alquiler. La publicidad mostraba la imagen de un hombre y una mujer embarazada cuyos atuendos recordaban, respectivamente, a San José y la Virgen María en el interior de un establo. A lo largo del anuncio podíamos ver a los protagonistas manteniendo la siguiente conversación: Hombre: “*¿Qué te parece? Piso de tres habitaciones, en alquiler, 80 metros cuadrados, un sexto con terraza, sin ascensor*”; Mujer: “*No te preocupes, yo me encargo del carrito; soy carpintero, es mi trabajo. ¡Menudo trasto! Claro, como tú nunca subes la compra*”. En ese momento se observaba la imagen de un gran cochecito hecho de madera y, seguidamente, al hombre mirando al suelo con pesar. El anuncio terminaba con la siguiente voz en off: “*Si buscas casa, métete en idealista*”.

El reclamante alegaba que la publicidad atentaba o discriminaba a una concreta religión. Sin embargo el Jurado consideró que el anuncio no transmitía dicho mensaje. A este respecto indicó que un consumidor medio percibiría la publicidad como una mera parodia irreal y ficticia que no contenía ningún elemento que trasladase un mensaje discriminatorio o incompatible con el buen gusto, el decoro social o las buenas costumbres. En consecuencia, el Jurado consideró que la publicidad reclamada no infringía las normas 8 y 10 del Código de AUTOCONTROL.



Texto Completo de la Resolución del Jurado: Particular vs. Idealista, S.A. “Idealista.TV”

En Madrid, a 11 de enero de 2018, reunida la Sección Primera del Jurado de AUTOCONTROL, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D^a. M^a. Teresa De Gispert Pastor para el estudio y resolución de una reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Idealista S.A., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 22 de diciembre de 2017, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Idealista S.A.

2.- La reclamación se formula frente a una publicidad difundida por televisión en la que se promocionan los servicios de localización de viviendas y similares en alquiler o venta prestados por la reclamada. La publicidad se inicia con la imagen de un hombre y una mujer embarazada (cuyos atuendos recuerdan respectivamente a la figura de San José y la Virgen María) en un establo. El primero comenta a la mujer, a la par que mira su teléfono móvil, lo siguiente: “¿*Qué te parece? Piso de tres habitaciones, en alquiler, 80 metros cuadrados, un sexto con terraza, sin ascensor*”; a lo que la mujer le responde con gesto de tristeza, primero, y voz irónica, después “*No te preocupes, yo me encargo del carrito; soy carpintero, es mi trabajo. ¡Menudo trasto! Claro, como tú nunca subes la compra*”, mientras se observa la imagen de un gran cochecito hecho de madera y, seguidamente, el hombre protagonista mira hacia el suelo con pesar. El anuncio termina con la imagen de un teléfono móvil mientras una voz en *off* afirma: “*Si buscas casa, métete en idealista*” y aparece el término *idealista* sobreimpresionado en la pantalla.

En adelante, aludiremos a esta publicidad como la “**Publicidad Reclamada**”.

3.- Según expone en su escrito de reclamación, el particular reclamante considera que la publicidad es ilícita, pues, según sostiene, atenta contra una religión y la discrimina, en la medida en que en ella aparecen como protagonistas la Virgen María embarazada, San José y el pesebre y se observa a éste último buscando piso por teléfono mientras la Virgen le reprocha haber construido el carrito en el que se encuentra el niño a la vista de que el piso no dispone de ascensor.



4.- Traslada la reclamación a la empresa Idealista S.A., ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él, se opone a las pretensiones de la reclamante, pues, pese a que lamenta haber podido herir la sensibilidad de esta última, advierte que el anuncio está presidido por un tono humorístico y en todo caso protegido por el derecho a la libertad de expresión establecido en la Constitución Española.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- A la luz de los antecedentes de hecho expuestos y del tenor de la reclamación presentada, esta Sección debe analizar si la publicidad reclamada es contraria a la norma 10 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (**en lo sucesivo, el “Código de AUTOCONTROL”**), la cual dispone 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 (...).”

Asimismo, este Jurado debe analizar la publicidad reclamada en atención a lo dispuesto en la norma 8 del Código de AUTOCONTROL, a cuyo tenor:

“La publicidad no deberá incluir contenidos que atenten contra los criterios imperantes del buen gusto y del decoro social, así como contra las buenas costumbres”.

2.- Pues bien, esta Sección ha procedido a visionar el anuncio reclamado, con el fin de determinar si, a su juicio, éste transmite un mensaje que atente o discrimine a una religión o que pueda entenderse contrario al buen gusto, al decoro social o a las buenas costumbres, conceptos éstos últimos que, como es doctrina de este Jurado, han de interpretarse en atención a las circunstancias concretas de cada caso, pues son conceptos abiertos e indeterminados. Y, tras llevar a cabo este análisis y con todos los respetos a la interpretación que el particular reclamante defiende, la Sección concluye que no puede compartir esa interpretación. Al contrario, entiende este Jurado que en el presente caso nos encontramos ante una publicidad que en modo alguno traslada al público al que se dirige un mensaje que atente o discrimine a una religión o que pueda considerarse incompatible con los criterios imperantes del buen gusto, el decoro social o las buenas costumbres. Dos son, al menos, las razones que respaldan esta conclusión:

Primero, a juicio de este Jurado, un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz percibirá sin dificultad el tono humorístico, ficticio e irreal que gobierna las escenas que se reflejan en el anuncio. Razón por la cual, difícilmente deducirá del anuncio un mensaje objetivo y creíble, puesto que percibirá las imágenes que aparecen en él como ficticias y humorísticas. A ello contribuyen entre otros elementos y, como ejemplo, la voz irónica con la que la mujer protagonista trata de emular una frase pronunciada en otro momento por el hombre también protagonista (esto es: *“No te preocupes, yo me encargo del carrito; soy*



carpintero, es mi trabajo”), la imagen de un cochecito de madera de gran dimensión o el gesto apenado del hombre y la expresión “*Claro, como tú no haces la compra*” que la mujer le espeta a este último.

Segundo, y vinculado a lo anterior, conviene recordar que el anunciante amparado, como lo está, por la libertad de expresión, puede configurar sus anuncios u otras expresiones publicitarias y, por ende, elegir a los personajes que lo protagonizan del modo en que considere conveniente, siempre que ello sea respetuoso con el ordenamiento jurídico. Ello, en el caso que nos ocupa y en atención a las alegaciones que la reclamante reprocha a la publicidad reclamada implica, de un lado, que ésta no introduzca elementos que puedan sugerir que esa selección obedece a un motivo que entrañe una discriminación por razón de religión o que el anuncio, de una forma explícita o implícita, transmita un mensaje que pueda ser considerado discriminatorio; y de otro lado, que en todo caso, no refleje una situación o escena que pueda ser percibida por el público de los consumidores como contraria al buen gusto, el decoro social o las buenas costumbres. Y es evidente, a juicio de este Jurado y con todos los respetos hacia la opinión del reclamante, que un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz no extraerá del anuncio un mensaje discriminatorio o que atente a una religión. Y ello, especialmente porque, como sucede en el caso que nos ocupa, no existe elemento o mensaje alguno en la publicidad que pueda indicar o siquiera sugerir que con la elección de una determinada religión se pretende transmitir un mensaje discriminatorio, ni tampoco se expone a los telespectadores al visionado de imágenes o escenas que puedan resultar especialmente duras, hirientes o insultantes en tanto que, como se ha razonado, las percibirá como meramente ficticias y humorísticas, por lo que no extraerá de ellas ningún mensaje objetivo y creíble.

En suma, a juicio de esta Sección, un consumidor medio percibirá la publicidad como una mera parodia irreal y ficticia, que no constituye una representación de la realidad y que, además, no contiene ningún elemento que pueda resultar insultante o hiriente, y que por ende, tampoco traslada un mensaje concreto, objetivo y creíble sobre una determinada religión que pueda considerarse discriminatorio o incompatible con los criterios imperantes del buen gusto, el decoro social o las buenas costumbres.

En consecuencia, este Jurado concluye que la publicidad reclamada no infringe ni la norma 10 ni la norma 8 del Código de AUTOCONTROL.

Por las razones expuestas, la Sección Primera del Jurado de AUTOCONTROL

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Idealista S.A.
