



Resolución de 7 de mayo de 2019 de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Limiñana y Botella, S.L. La Sección desestimó la reclamación declarando que no existía infracción de la norma 10 (publicidad discriminatoria) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Resumen de la Resolución:
Particular vs. Limiñana y Botella, S.L.
"Anís Tenis. Publicidad Dinámica"

Resolución de 7 de mayo de 2019 de la Sección Primera del Jurado de AUTOCONTROL por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Limiñana y Botella, S.L.

La reclamación se formuló frente a una publicidad dinámica en el que se promociona la bebida Anís Tenis. Consiste en la impresión sobre una furgoneta de la imagen de dos mujeres con vestimenta veraniega y en actitud festiva, que sujetan en sus manos vasos que contienen la bebida promocionada. En el escote de una de ellas se muestra el logotipo del producto promocionado.

El particular consideraba que la publicidad atenta contra la dignidad de las mujeres por la presencia en el anuncio de una mujer con la camisa anudada, así como por la inclusión del logotipo de la marca promocionada, "Anís Tenis", en el escote de una de las protagonistas.

La Sección desestimó la reclamación declarando que la publicidad reclamada no infringía la norma 10 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, en la medida en que la imagen utilizada muestra a dos jóvenes con vestimenta relativamente frecuente en la época veraniega que no cosifica ni resulta vejatoria hacia las mujeres que la portan. Tampoco entendió que hubiese una concreta focalización en sus cuerpos o partes de los mismos para atraer la atención como mero objeto desvinculado del producto promocionado, ni que se asociara su imagen a comportamientos estereotipados. Asimismo, en cuanto al logotipo en el escote de una de ellas, la Sección consideró acreditado que se trataba de una mera pegatina que no estaba en la imagen original y que, por tanto, no formaba parte de la publicidad, y que en cuanto se detectó fue retirada de la furgoneta, por lo que no percibió base suficiente para apreciar una infracción de la citada norma.



Texto completo de la Resolución del Jurado:
Particular vs. Limiñana y Botella, S.L.
“Anís Tenis. Publicidad Dinámica”

En Madrid, a 7 de mayo de 2019, reunida la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. José Luis Piñar Mañas, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la mercantil Limiñana y Botella, S.L., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado día 12 de abril de 2019, un particular presentó una reclamación frente a una publicidad de la que es responsable la mercantil Limiñana y Botella, S.A. (en adelante, “**Limiñana y Botella**”).

2.- La reclamación se formula contra una publicidad dinámica consistente en la impresión sobre una furgoneta de la imagen de dos mujeres con vestimenta veraniega y en actitud festiva, que sujetan en sus manos vasos que contienen Anís Tenis, la bebida promocionada y distribuida por Limiñana y Botella. En el escote de una de ellas se muestra el logotipo del producto promocionado. A su lado, aparece una botella del producto, así como menciones referidas a la marca y a la página web de Anís Tenis.

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 atenta contra la dignidad de las mujeres, en la medida en que utiliza el cuerpo de las dos protagonistas como parte captatoria de la publicidad, sin que tenga relación alguna con el producto que se promociona, en este caso una bebida alcohólica. En concreto, la reclamación hace hincapié en la aparición de una chica con la camisa anudada enseñando el vientre y en la presencia de la marca del anís promocionado en su escote. Todo ello, a juicio del reclamante, es contrario a la norma 10 del del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (de aquí en adelante, el “**Código de Autocontrol**”).

4.- Trasladada la reclamación a Limiñana y Botella, la compañía ha presentado escrito de contestación en el que se opone a la reclamación instada por el particular.

En su escrito de contestación, Limiñana y Botella justifica la presencia de las dos mujeres en la Publicidad Reclamada alegando que se trata de la Fallera Mayor de Valencia 2015 y la Belleza del Foc de Alicante 2015 y, por tanto, figuras



representativas de dos fiestas muy vinculadas con el producto anunciado. La reclamada sostiene que Anís Tenis es uno de los productos más consumidos en las mencionadas fiestas y, por extensión, en la época estival. Adicionalmente, indica que las dos mujeres aparecen vinculadas al producto en la medida en que están consumiendo la bebida promocionada. Finalmente, defiende que sus cuerpos no presentan ninguna postura obscena ni vejatoria y que su vestimenta ligera se debe al ambiente festivo y veraniego de la fotografía.

En cuanto a la presencia del logotipo de la bebida en el escote de una de las mujeres en la Publicidad Reclamada, Limiñana y Botella explica que se trata de una pegatina que no forma parte de la fotografía original ni de la pieza publicitaria, y que probablemente fue adherida en ese mismo momento y para la ocasión. A este respecto, Limiñana y Botella aporta fotografías de una furgoneta con la misma imagen publicitaria pero en la que no aparece el logotipo en el escote. Sostiene, además, que la empresa procedió a la retirada de la pegatina en cuanto esta fue detectada.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- En atención a los antecedentes de hecho expuestos y del tenor de la reclamación presentada, esta Sección debe analizar la Publicidad Reclamada a la luz de lo dispuesto en las normas deontológicas del Código de Autocontrol, concretamente la norma 10, que bajo el título "*Publicidad discriminatoria*", señala lo siguiente: "*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 particular, se evitarán aquellos anuncios que puedan resultar vejatorios o discriminatorios para la mujer*".

Dicha norma debe ponerse en relación con la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, en cuyo artículo 3 se declara la ilicitud de aquella publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores o derechos constitucionalmente protegidos. En particular, el párrafo segundo de este artículo dispone lo siguiente: "*Se entenderán incluidos en la previsión anterior los anuncios que presenten a las mujeres de forma vejatoria o discriminatoria, 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 vulneren los fundamentos de nuestro ordenamiento coadyuvando a generar la violencia a que se refiere la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género*".

2.- En el caso que nos ocupa, este Jurado debe determinar si la imagen utilizada en la Publicidad Reclamada, en la cual se representa a dos mujeres en actitud jovial y con vasos que contienen el producto promocionado entre sus manos, constituye una infracción de la norma 10 del Código de Autocontrol.

El particular reclamante entiende que dicho precepto resultaría infringido por dos razones: en primer lugar, por la presencia en el anuncio de una mujer con la

camisa anudada enseñando el vientre; por otro, por la inclusión del logotipo de la marca promocionada, "Anís Tenis", en el escote de una de las protagonistas.

3.- En relación con este segundo extremo, ha resultado acreditado que el logotipo que puede verse en la Publicidad Reclamada es una mera pegatina que no estaba ni en la fotografía original ni en la imagen de rotulación de la furgoneta, y que debió ser adherida posteriormente con ocasión de la fotografía. Asimismo, la reclamada ha puesto de manifiesto que en cuanto detectaron la pegatina procedieron a retirarla.

Por consiguiente, y en la medida en que el logotipo sobre el escote de una de las protagonistas obedece a una pegatina adherida sobre la publicidad (que además ya ha sido retirada), y no forma parte de la publicidad, es obvio que la misma no constituye base suficiente para afirmar que la publicidad infringe la norma 10 del Código de Autocontrol.

4.- El particular reclamante entiende que la infracción de la norma 10 del Código, en el caso que nos ocupa, se produciría también por el hecho de que una de las protagonistas aparezca en la publicidad con la camisa remangada y mostrando su vientre.

La imagen controvertida sería la siguiente:



A la luz de esta imagen, es fácil comprobar que las protagonistas portan una vestimenta relativamente frecuente en la época veraniega y que, en opinión de este Jurado, ni cosifica ni resulta vejatoria hacia las mujeres que la portan.

A efectos meramente dialécticos, se debe hacer constar también que, en el caso que nos ocupa, las mujeres aparecen como meras protagonistas del anuncio, sin



que exista una concreta focalización en sus cuerpos o partes de los mismos para atraer la atención como mero objeto desvinculado del producto promocionado, ni se asocie su imagen a comportamientos estereotipados.

5.- Por todo ello, este Jurado, de conformidad con la normas transcritas, concluye que la Publicidad Reclamada no resulta contraria a la norma 10 del Código de Autocontrol.

En atención a todo lo hasta aquí expuesto, la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Limiñana y Botella, S.L.