

# JURADO DE LA PUBLICIDAD

## RESOLUCIÓN



Reclamante	Particular
Reclamado	Dentoesthetic Centro de Salud y Estética Dental, S.L.
Título	Ortodoncia para todos. Internet/TV
Nº de asunto	10/R/ENERO 2020
Fase del proceso	Primera instancia – Sección Séptima
Fecha	4 de febrero de 2020

Resolución de 4 de febrero de 2020 de la Sección Séptima 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 Dentoesthetic Centro de Salud y Estética Dental, S.L. (Dentix). La Sección consideró que la publicidad no infringía la norma 10 (Publicidad discriminatoria) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

## RESUMEN

Resolución de 4 de febrero de 2020 de la Sección Séptima 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 Dentoesthetic Centro de Salud y Estética Dental, S.L. (Dentix).

La reclamación se dirigía contra una publicidad difundida por televisión e internet en la que se promocionan servicios odontológicos ofrecidos por la reclamada. La publicidad se inicia con la imagen de un hombre, supuestamente encargado de realizar tareas de vigilancia de un establecimiento, entretenido con un teléfono móvil mientras en la pantalla del monitor puede verse como varios intrusos entran en el mismo y una voz en off afirma: *“Quizás ser el encargado del mes no está al alcance de todos, pero nuestras ortodoncias sí”*.

El Jurado desestimó la reclamación considerando que la publicidad no trasladaba al público un mensaje contrario a la dignidad de las personas que prestan servicios de vigilancia y seguridad en la medida en que un consumidor medio no interpretaría la publicidad como una representación de la realidad sino como una mera parodia y, por lo tanto, no extraería de la misma un mensaje concreto, objetivo y creíble sobre el mencionado colectivo, que pudiera considerarse incompatible con su dignidad.

En tales circunstancias, el Jurado desestimó la reclamación considerando que la publicidad no era contraria a la norma 10 del Código de Conducta de AUTOCONTROL.

## TEXTO COMPLETO

En Madrid, a 4 de febrero de 2020, reunida la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D<sup>a</sup>. María José Morillas Jarillo, para el estudio y resolución de una reclamación presentada por un particular en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Dentoesthetic Centro de Salud y Estética Dental, S.L. (Dentix), emite la siguiente

### RESOLUCIÓN

#### I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 23 de enero de 2020, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Dentoesthetic Centro de Salud y Estética Dental, S.L. (Dentix).
2. La reclamación se formula frente a una publicidad difundida por televisión e internet en la que se promocionan servicios odontológicos. La publicidad se inicia con la imagen de un hombre, supuestamente encargado de realizar tareas de vigilancia de un establecimiento, entretenido con un teléfono móvil mientras en la pantalla del monitor puede verse como varios intrusos entran en el mismo y una voz en *off* afirma: *“Quizás ser el encargado del mes no está al alcance de todos, pero nuestras ortodoncias sí”*.

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, denigra a las personas cuyo oficio es realizar tareas de vigilancia de seguridad.
4. Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él sostiene que la publicidad no es ilícita y, en todo caso, fue retirada el día 22 enero de 2020, antes de que se presentara la reclamación.

#### II. Fundamentos deontológicos.

1. Con carácter previo al análisis del fondo del asunto, este Jurado debe resolver una cuestión de

orden procedimental. De conformidad con lo establecido en artículo 13.2 del Reglamento del Jurado *“no se tramitarán reclamaciones sobre anuncios que no se hubieran difundido en los doce meses anteriores, salvo en los supuestos previstos en el artículo 12.3 de este Reglamento. Tampoco se tramitarán aquellas reclamaciones que el reclamado acepte, siempre que éste se comprometa por escrito a cesar de manera definitiva la difusión de la comunicación comercial cuestionada”*.

Pues bien, aun cuando la mercantil reclamada afirma que la publicidad ya ha cesado con anterioridad a la presentación de la reclamación, ésta debe ser objeto de examen por parte del Jurado. En efecto, la reclamada no ha aceptado la reclamación y, según afirma, retiró la publicidad objeto del presente procedimiento el día 22 de enero de 2020, lo que significa que la publicidad fue difundida dentro de los doce meses anteriores a la presentación de la reclamación.

Por consiguiente, y como avanzábamos, este Jurado ha de tramitar y, por tanto, resolver la reclamación presentada.

2. Entrando ya en el fondo del asunto planteado, 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: *“Las comunicaciones comerciales no sugerirán circunstancias de discriminación ya sea por razón de raza, nacionalidad, religión, sexo u orientación sexual, ni atentará contra la dignidad de la persona (...)”*.
3. Pues bien, esta Sección ha procedido a visionar el anuncio reclamado, con el fin de determinar si, a su juicio, éste transmite un mensaje contrario a la dignidad de las personas que desempeñan servicios de vigilancia y seguridad. Y, tras llevar a cabo este análisis y con todos los respetos a la interpretación que el particular reclamante defiende, 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 a la dignidad de ese colectivo.

La razón que respalda esta conclusión estriba en que un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz advertirá sin ninguna dificultad que la publicidad es una mera parodia y, como tal, irreal. Por ello mismo, percibirá como cómicas, exageradas y ficticias las imágenes y personajes que aparecen en ella. En consecuencia, no extraerá de la publicidad un mensaje concreto, objetivo y creíble sobre las personas que prestan servicios de vigilancia y seguridad que pueda considerarse incompatible con su dignidad.

En suma, a juicio de esta Sección, un consumidor medio advertirá que la publicidad no constituye una representación de la realidad y, por tanto, no deducirá de ella un mensaje concreto, objetivo y creíble sobre el mencionado colectivo que pueda entrar en conflicto con su dignidad.

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

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

## ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Dentoesthetic Centro de Salud y Estética Dental, S.L. (Dentix).