

RESOLUCIÓN DEL JURADO

Resumen de la Resolución: **Asociación Aragón Tourette y Particular vs. Mars España INC y Cía. Food SRC**

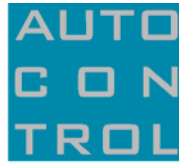
La Sección Sexta del Jurado resolvió el pasado 6 de mayo las reclamaciones presentadas por la Asociación de Familias Aragonesas con Pacientes de Síndrome de Tourette y por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la compañía Mars España INC y Cía. Food SRC.

La publicidad reclamada consiste en un anuncio difundido en televisión en el que se promociona el producto "Twix". Comienza con la escena de una mujer en la sala de partos dando a luz. Voz en *off*: *cuando Marcos nació aprendió una palabra y ya no dejó de utilizarla*. Mientras se ha podido oír al bebé decir: *caramelo*, ante la cara de sorpresa de su madre. Otra imagen de Marcos (ahora de corta edad) que también para sorpresa de su madre dice: *caramelo*. Voz en *off*: *con el tiempo fue perdiendo el control*. Se muestra a Marcos ya en edad escolar haciendo un examen mientras se revuelve bruscamente en la silla y exclama: *¡caramelo!* Voz en *off*: *hasta que un día fue a ver a un especialista*. Escena de Marcos (joven) en la sala de espera de una consulta médica. Otro joven que también espera se agita bruscamente y exclama: *¡galleta!* Le sigue Marcos con similar gesto diciendo: *caramelo*. Y entonces un tercer joven que sale de la consulta grita: *¡¡¡chocolateeee!!!* Los tres jóvenes se abrazan. Sucesión de imágenes que muestran los componentes del producto promocionado. Voz en *off*: *Y así es como nació Twix. ¡Twix: galleta, caramelo y chocolate en una mezcla perfecta!*

La Sección Sexta del Jurado, a la vista de los antecedentes de hecho del presente caso, se remite en su Resolución a la reclamación previamente interpuesta frente a un anuncio del que es responsable la compañía MARS y que también promocionaba el producto Twix. Tras examinar el anuncio ahora reclamado, la Sección Sexta del Jurado ha podido constatar que éste es esencialmente idéntico al que fue objeto de reclamación previamente, reclamación que fue aceptada por el anunciante de conformidad con el artículo 13.2 del Reglamento del Jurado, comprometiéndose así a cesar en la difusión del anuncio reclamado.

Por lo tanto, en la medida en que la empresa MARS ha difundido nuevamente una publicidad prácticamente idéntica, ha incumplido su obligación de cese en la difusión de la publicidad; obligación de cese que adquirió a través de su escrito de aceptación de las reclamaciones presentadas el pasado mes de octubre de 2007.

En consecuencia, la Sección Sexta del Jurado ha acordado estimar las reclamaciones presentadas por la Asociación de Familias Aragonesas con Pacientes de Síndrome de Tourette y por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la compañía Mars España INC y Cía. Food SRC, e instar al anunciante el cese de la publicidad reclamada.



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

Texto completo de la Resolución de la Sección Sexta : Asociación Aragón Tourette y Particular vs. Mars España INC y Cía. Food SRC

En Madrid, a 6 de mayo de 2008, reunida la Sección Sexta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Julio González Soria para el estudio y resolución de las reclamaciones presentadas por un particular y por la Asociación de Familias Aragonesas con Pacientes de Síndrome de Tourette contra una publicidad de la que es responsable la compañía Mars España INC y Cía. Food SRC, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado día 10 de abril de 2008, se admitieron dos reclamaciones presentadas, respectivamente, por un particular y por la Asociación de Familias Aragonesas con Pacientes de Síndrome de Tourette (en lo sucesivo, Aragón Tourette) contra una publicidad de la que es responsable la compañía Mars España INC y Cía. Food SRC (en lo sucesivo, MARS).

2.- La publicidad reclamada consiste en un anuncio difundido en televisión que comienza con la escena de una mujer en la sala de partos dando a luz. Escuchamos una voz en *off*: *cuando Marcos nació aprendió una palabra y ya no dejó de utilizarla*. Mientras se ha podido oír al bebé decir: *caramelo*, ante la cara de sorpresa de su madre. Seguidamente aparece otra imagen de Marcos (ahora de corta edad) que también para sorpresa de su madre dice: *caramelo*. Continúa la voz en *off*: *con el tiempo fue perdiendo el control*. Se muestra a Marcos ya en edad escolar haciendo un examen mientras se revuelve bruscamente en la silla y exclama: *¡caramelo!* Voz en *off*: *hasta que un día fue a ver a un especialista*. Podemos ver entonces una escena de Marcos (joven) en la sala de espera de una consulta médica. Otro joven que también espera se agita bruscamente y exclama: *¡galleta!* Le sigue Marcos con similar gesto diciendo: *caramelo*. Y entonces un tercer joven que sale de la consulta grita: *¡¡¡chocolateeee!!!* Los tres jóvenes se abrazan. Se inserta una sucesión de imágenes que muestran los componentes del producto promocionado. Finalmente, aparecen los tres chicos vestidos con traje, enseñando a cámara el producto promocionado [detrás de ellos hay un cartel con el logotipo "Twix"] mientras la voz en *off* afirma: *Y así es como nació Twix. ¡Twix: galleta, caramelo y chocolate en una mezcla perfecta!*

3.- La asociación reclamante (Aragón Tourette) considera que el anuncio reclamado vulnera el Código de Conducta Publicitaria, por no ser respetuoso con los ciudadanos afectados por el Síndrome de Tourette. Señala que el anuncio reviste carácter discriminatorio y que comporta burla de los afectados por esta enfermedad que tienen serios problemas de marginación y discriminación social. Invocan al respecto el principio de respeto a la legalidad vigente y los artículos 10 y 20.4 de la Constitución.

Para esta Asociación, la publicidad reclamada es asimismo engañosa, pues entiende que se presentan las barritas Twix como una solución terapéutica a una enfermedad que no tiene cura.



Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

Finalmente, subrayan la presencia de un menor en el anuncio y recuerdan la necesidad de proteger a niños y adolescentes.

Por estas razones, solicitan la retirada inmediata del anuncio.

4.- Por su parte, el particular reclamante recuerda, en primer lugar, que el pasado mes de octubre de 2007 ya presentó una reclamación frente a esta publicidad. Y reproduce los términos de la carta de aceptación entonces remitida por la compañía MARS.

En opinión del particular reclamante el anuncio reclamado vulnera la norma 2 del Código de Conducta Publicitaria (principio de legalidad) en relación con los artículos 10 y 20.4 de la Constitución, al presentar con objeto de mofa a unos afectados de Síndrome de Tourette, uno de ellos menor de edad.

Asimismo, alega el reclamante una vulneración de la norma 4 del Código de Conducta Publicitaria (respeto a la buena fe del consumidor) por entender que el anuncio llama a confusión al presentar la barrita Twix como solución al Síndrome de Tourette.

A continuación, el reclamante señala que la publicidad tiene carácter discriminatorio (norma 10 del Código de Conducta) por presentar como cómica una patología que provoca sufrimiento, depresión y aislamiento social.

Por último, el reclamante invoca la norma 28 del Código de Conducta en relación con la protección de niños y adolescentes, que considera infringida por los efectos terapéuticos atribuibles a la barrita Twix que en su opinión transmite el anuncio reclamado.

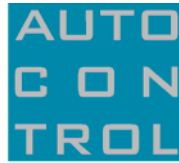
Los reclamantes acompañan diversos documentos explicativos sobre el Síndrome de Tourette.

5.- Trasladada la reclamación a MARS, esta compañía ha presentado escrito de contestación en el que alega que la agencia de comunicación obtuvo *Copy Advice* positivo emitido por el Gabinete Técnico de Autocontrol en relación con la campaña publicitaria reclamada. Subraya MARS que en dicho *Copy Advice* se concluyó que a salvo de la realización final del anuncio, no se encontraban obstáculos que desaconsejaran su difusión, siempre que, llegado el caso, el anunciante estuviera en condiciones de acreditar que el anuncio analizado no será interpretado por el público de los consumidores como un atentado contra la dignidad de las personas que padecen el Síndrome de Tourette (manifestación de tics fónicos).

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- A la vista de los antecedentes de hecho del asunto que nos ocupa, debemos remitirnos a la reclamación previamente presentada frente a un anuncio del que es responsable la compañía MARS y que también promocionaba el producto Twix.

En efecto, tal y como indica el particular reclamante en su escrito, ya interpuso anteriormente una reclamación ante Autocontrol frente a la que considera la misma publicidad que la ahora reclamada. En concreto, con fecha 8 de octubre de 2007 se inició la tramitación de



[Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial]

siete reclamaciones presentadas frente a la compañía MARS. Entonces, la compañía reclamada presentó escrito de contestación en el que aceptaba la reclamación y de conformidad con el artículo 13.2 del Reglamento del Jurado adquiría un compromiso de cese del anuncio de referencia.

2.- Pues bien, la Sección Sexta del Jurado, tras examinar el anuncio ahora reclamado, ha podido constatar que éste es esencialmente idéntico al que fue objeto de reclamación previamente y que la compañía MARS se había comprometido a cesar en su difusión.

Por lo tanto, en la medida en que la empresa MARS ha difundido nuevamente una publicidad prácticamente idéntica, ha incumplido su obligación de cese en la difusión de la publicidad; obligación de cese que adquirió a través de su escrito de aceptación de las reclamaciones presentadas el pasado mes de octubre de 2007.

En atención a lo expuesto, la Sección Sexta del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

1º.- Estimar las reclamaciones presentadas por la Asociación de Familias Aragonesas con Pacientes de Síndrome de Tourette y por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la compañía Mars España INC y Cía. Food SRC.

2º.- Instar al anunciante el cese de la publicidad reclamada.