

Asociación de Autocontrol de la Publicidad

Conde de Peñalver, 52- 1º D
28006 MADRID

Madrid, a 1 de junio de 2007

D. Alejandro Perales Albert, en nombre y representación de la ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACION de la que es Presidente, viene a presentar por medio de este escrito reclamación ante el Jurado de Autocontrol de la Publicidad contra **LABORATORIO RIDER, S.A.**, en base a las siguientes alegaciones:

De Hecho

1. La Asociación de Usuarios de la Comunicación (en adelante AUC) es una organización sin ánimo de lucro, constituida al amparo de lo previsto en la ley 26/1984 General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Se encuentra inscrita en el Registro de Asociaciones de Consumidores del Instituto Nacional de Consumo y es miembro del Consejo de Consumidores y Usuarios, creado en desarrollo de la Ley 26/1984, por el Real Decreto 2211/1995 de 28 de Diciembre.
2. La AUC está legitimada para intervenir, administrativa y judicialmente, ante supuestos de publicidad ilícita por, entre otras, la citada Ley 26/1984; la Ley 34/1988, General de Publicidad; la Ley 3/1991 de Competencia Desleal; la Ley 7/1998 sobre Condiciones Generales de la Contratación, y la Ley 22/1999, que incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva de la Televisión sin Fronteras.
3. En el marco de nuestra actividad de seguimiento e identificación de ilícitos publicitarios hemos detectado un mensaje publicitario del dentífrico **PAROGENCYL**, que a nuestro parecer contraviene la Legislación vigente y, por ende, el Código de Autocontrol.
4. El mencionado mensaje, identificado en pantalla con el término "publicidad", cierra un microespacio denominado "crono salud" emitido por el operador ANTENA 3. La parte informativa de ese microespacio presenta a un médico identificado con su nombre y su calidad de socio titular de la Sociedad Española de Periodoncia y Osteointegración, que explica características de diferentes deficiencias dentales con especial hincapié en la gingivitis, todo ello acompañado con imágenes por ordenador. En la parte publicitaria, una profesional de la cadena anuncia pasta dentífrica y colutorio de la marca arriba mencionada, afirmando que uno de los productos específicos *"es un tratamiento de choque para reducir rápidamente los síntomas y causas de la gingivitis"*.
5. De acuerdo con los propios tratados de odontología, la gingivitis, se define como "una las dos formas principales de enfermedad periodontal".¹

¹ Definiciones extraídas de www.dentopolis.com

De Derecho

1. La **Ley 34/1988**, de 11 de Noviembre, General de Publicidad que establece, en su artículo 3, que es ilícita:
 - e) *la que infrinja lo dispuesto en la normativa que regule la publicidad de determinados productos, bienes, actividades o servicios*
2. El **Real Decreto 1599/1997**, de 17 octubre, de regulación de los productos cosméticos define éstos en su artículo 2 como *"toda sustancia o preparado destinado a ser puesto en contacto con las diversas partes superficiales del cuerpo humano (epidermis, sistema piloso y capilar, uñas, labios y órganos genitales externos) o con los dientes y las mucosas bucales, con el fin exclusivo o principal de limpiarlos, perfumarlos, modificar su aspecto y/o corregir los olores corporales y/o protegerlos o mantenerlos en buen estado"*. Por su parte, el artículo 16 de esta norma prohíbe a la publicidad de productos cosméticos atribuir *"a éstos características, propiedades o acciones que no posean o que excedan de las funciones cosméticas señaladas en el artículo 2, como propiedades curativas, afirmaciones falsas o que induzcan a error."* Parece claro, que en la publicidad reclamada se establece una relación causal, profiláctica, entre la enfermedad mencionada y la utilización del producto.
3. Asimismo, la Disposición Adicional Segunda del citado Real Decreto, en su apartado 2, dispone que se entenderá por dentífricos *"las sustancias o preparados que se aplican en la mucosa bucal y/o en los dientes que, por sus indicaciones, composición o forma de presentación, no pueden ser considerados cosméticos, tales como pastas dentífricas, colutorios, blanqueantes dentales, chicles o comprimidos para higiene bucal o productos hiperfluorados de uso profesional o cualquier otro producto que pueda ser calificado como tal."* Estableciendo en el apartado 6 que *"A los mencionados productos les será de aplicación, en lo que proceda, lo dispuesto en los artículos 4, 11, 12, 13, 16, 18, 19, 20 y 21."*
4. El **Real Decreto 1907/1996**, de 2 de agosto, sobre publicidad y promoción comercial de productos, actividades o servicios con pretendida finalidad sanitaria, prohíbe en su artículo 4.11 la publicidad que *"atribuya a los productos cosméticos propiedades distintas de las reconocidas a tales productos conforme a su normativa especial"*. Queda claro que, sin menoscabo de su carácter cosmético, el argumentario utilizado en el spot reclamado hace que del producto se predique una pretendida finalidad sanitaria y quede por tanto inmerso en el ámbito de aplicación del Real Decreto arriba mencionado.
5. Por ello, también le sería de aplicación lo establecido en el apartado 7 del citado artículo 4 que prohíbe *"la aportación de testimonios de profesionales sanitarios, de personas famosas o conocidas por el público o de pacientes reales o supuestos, como medio de inducción al consumo"*.

6. A mayor abundamiento, esta Asociación recuerda la resolución adoptada por la Sección Cuarta del Jurado en el caso AUC vs. BINACA, donde el Jurado consideró que la eficacia preventiva contra la gingivitis no estaba reconocida como indicación propia de los cosméticos o los dentífricos y, que por el contrario, se trataba de una alegación de carácter preventivo frente a una enfermedad incumpliendo, por tanto, **la Norma 2 del Código de Conducta Publicitaria**.

En consecuencia, se solicita del Jurado de esa Asociación declare ilícita la publicidad reclamada, y requiera a **PAROGENCYL** su cese o rectificación inmediatos.

Fdo.: Alejandro Perales
Presidente de AUC