

ANIMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

ARTÍCULO 4: COMENTARIO

Un anuncio de zapatos atenta contra la dignidad de las personas, según Consumo

La publicidad de Lott caricaturiza la fealdad

ANUNCHI BREMÓN, - Madrid - 15/12/1989

Un anuncio de la marca de zapatos Lott que ha aparecido en el mes de noviembre en distintas revistas españolas ha sido considerado por el Instituto Nacional del Consumo (INC) atentatorio contra la dignidad de las personas, por lo que ha dirigido una comunicación el pasado 24 de noviembre al Ministerio de Asuntos Sociales por si "estima pertinente emprender las medidas a tal efecto previstas" en la ley General de Publicidad. Lorente Mussons, la agencia publicitaria autora del anuncio, desconocía ayer la existencia del escrito y alegaba que su publicidad estaba dentro de la "contracultura".

Los anuncios enviados por Consumo a Asuntos Sociales, tres en total, muestran una cara y una frase cada uno. Uno de ellos, con la frase *Con una cara así, más vale que empieces a pensar con tus pies*, muestra la cara de una joven cuyos rasgos, tal como aparecen en la foto, sugieren una cierta minusvalía psíquica, según Consumo. El segundo, también de una joven no muy agraciada, reza: *Con tu cara no podemos hacer nada, pero con tus pies podemos intentar unos retoques*. Por último, junto al rostro de un chico con generosa nariz aparece el texto *Con esta cara no llegarás a Presidente del Gobierno, pero con unos LOTT igual llegas a ministro de Agricultura*. Para José Luis Centeno, subdirector general de Inspección del Consumo, el caso podría estar incurso en el supuesto del artículo 3º de la ley General de Publicidad, según la cual es ilícita "la publicidad que atente contra la dignidad de las personas o vulnere los valores y derechos reconocidos en la

Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, la juventud y la mujer".

Pese a que la carta del INC es del 24 de noviembre, portavoces del Ministerio de Asuntos Sociales dijeron ayer que desconocían el asunto y si el departamento había decidido tomar alguna medida al respecto.

Corriente contracultural

La campaña publicitaria en España de zapatos Lott, de la Firma británica Lotusse, ha sido diseñada por la agencia Lorente Mussons, radicada en Barcelona, informa **Lucía Argos**. Sus directivos conocieron ayer la acción emprendida por el INC a través de una llamada de este diario. Salvador Andreu, responsable financiero de Lorente Mussons, rechazó que el diseño pretendiera ridiculizar a algún sector de la población, "sino recoger y sacar jugo a la corriente contracultural que se vive en este momento". "Nosotros queríamos", aclaró Andreu, "salir del tópico publicitario del modelo guapisimo, que en la realidad no se da, y demostrar, mediante una actitud poco favorecedora, -casi caricaturesca-, que nuestro producto va dirigido a todo el mundo". Sacar mayores conclusiones de estas actitudes sería, a juicio del publicista, "una cuestión subjetiva". Lorente Mussons inició los últimos días de octubre la publicidad de zapatos Lott, con intención de distribuirla hasta finales de este mes en revistas de difusión nacional. Los anuncios han aparecido ya en las revistas *Elle*, *Cómplice* y *Muy Interesante*, de periodicidad mensual