



Resolución de 29 de junio de 2017, de la Sección Sexta del Jurado por la que se desestima la reclamación presentada por varios particulares contra una publicidad de la que es responsable la empresa Gas Natural SDG S.A. La Sección desestimó la reclamación declarando que no existía infracción de la norma 7 (no incitación a comportamientos ilegales) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL ni de la Ley orgánica 15/1999 sobre protección de datos personales.

Frente a dicha resolución el particular interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 27 de julio de 2017.

Resumen de la Resolución: **Particulares vs. Gas Natural SDG SA.** **“Gas Natural Fenosa Tarifas ventana. TV”**

Resolución de 29 de junio de 2017, de la Sección Sexta del Jurado de la Publicidad de AUTOCONTROL por el que se se desestima la reclamación presentada por varios particulares contra una publicidad de la que es responsable Gas Natural SDG S.A.

Las reclamaciones se formulan frente a una publicidad difundida en televisión, en la que observamos a dos niñas en su habitación observando por la ventana a los vecinos con unos prismáticos de juguete mientras una de ellas cuenta lo que va viendo y asigna a cada uno de los vecinos alguna de las tarifas promocionadas.

Los reclamantes consideraban que la publicidad incitaba a comportamientos que suponían una violación de la intimidad de las personas. Asimismo, entendían que la publicidad infringía la normativa sobre protección de datos personales.

El Jurado no apreció vulneración de la norma 7 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, así como tampoco la Ley orgánica 15/1999 sobre protección de datos personales. Según el parecer de la Sección, el tono claramente ficticio, exagerado y humorístico hace que resulte ciertamente improbable que un consumidor medio obtenga del anuncio un mensaje que le induzca a realizar comportamientos contrarios a la intimidad de las personas.

Recurso de alzada

Frente a dicha resolución el particular interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 27 de julio de 2017.



Texto completo de la Resolución del Jurado:
**Particulares vs.
Gas Natural SDG SA.
“Gas Natural Fenosa Tarifas ventana. TV”**

En Madrid, a 27 de julio de 2017, reunido el Pleno del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D^a. M^a José Morillas Jarillo para el estudio y resolución del recurso de alzada presentado por un particular contra la resolución de la Sección Sexta del Jurado de 29 de junio de 2017, emite la siguiente

RESOLUCION

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 14 de junio de 2017, unos particulares presentaron una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Gas Natural SDG S.A., (en adelante “**Gas Natural**”).

2.- Se da por reproducida la publicidad reclamada, así como los argumentos esgrimidos por ambas partes, tal y como se recogen en la resolución de la Sección Sexta del Jurado de 29 de junio de 2017 (en adelante, la “**Resolución**”).

3.- Mediante la citada Resolución, la Sección Segunda del Jurado acordó desestimar la reclamación presentada por no considerarla contraria a la Norma 7 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.

4.- El 19 de julio de 2017, uno de los particulares reclamantes interpuso recurso de alzada contra la Resolución por entender que la publicidad reclamada contraviene la norma 7 del Código de Autocontrol, pues insiste en que ésta incita a realizar comportamientos que violan la intimidad de las personas por las siguientes razones:

i) La resolución no aprecia como contrario al Código de Conducta exhibir en una publicidad comportamientos indebidos. Sin embargo, entiende el recurrente que la publicidad reclamada induce a realizar comportamientos indebidos, especialmente a las personas de edad similar a los protagonistas.

ii) La resolución no se pronuncia sobre la posibilidad de que la publicidad reclamada incite a los menores para que desarrollen comportamientos ilegales o, cuantos menos, incívicos y contrarios a las normas de buena vecindad y convivencia.

iii) La Sección considera que aspectos técnicos tales como que el anuncio se realice en clave de humor pueden convalidar o trivializar una conducta que es claramente ilegítima en cuanto al fondo, pues conculca el derecho fundamental a la intimidad.

5.- Trasladado el recurso de alzada a la empresa, Gas Natural, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él reitera que la publicidad



controvertida no vulnera ninguna norma del Código de Autocontrol ni, en particular la norma 7 que establece que “la publicidad no incitará a comportamientos ilegales” por incitar la puesta en práctica de comportamientos contrarios a la intimidad de las personas. Los argumentos vertidos por la reclamada para sustentar su conclusión pueden resumirse así:

i) El público destinatario de la campaña son mayores de edad con capacidad e interés en contratar el servicio promovido por Gas Natural, por lo que no es posible que la publicidad reclamada provoque en ellos conductas imitativas de los comportamientos que llevan a cabo las protagonistas de la mismas (dos niñas) que juegan a ser espías, sirviéndose la compañía de ello para promover las distintas tarifas ofrecidas al público al que se dirige la publicidad.

ii) Aún en el hipotético caso de que la publicidad reclamada fuera visualizada por menores de edad ni transmite ni incita un comportamiento nocivo, sino que lo único a lo que les puede incitar es a reproducir un juego que, probablemente, se reproduce en los hogares sin necesidad de haber visto el anuncio controvertido.

iii) El particular recurrente lleva al límite la interpretación de la publicidad enjuiciada, pues, como la Sala comparte, se trataba sólo de un juego infantil que, con tono humorístico, promueve las distintas tarifas de gas y electricidad que se ofertan en ella.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- Con carácter previo al análisis de los distintos motivos de impugnación expuestos por el recurrente, y en aras de una mejor comprensión de la presente resolución, el Pleno considera conveniente hacer una breve síntesis de la cuestión debatida y de la resolución de instancia.

En este sentido, debe recordarse que el presente procedimiento trae causa en una reclamación en la que se alegaba que la publicidad reclamada incitaba a comportamientos que suponían una violación a la intimidad de las personas. Dicha publicidad, consistente en un anuncio emitido en televisión en el que se promueve el servicio de gas y electricidad prestado por la reclamada, se inicia con la imagen de dos niñas en el cuarto de su domicilio observando a los vecinos por la ventana con unos prismáticos de juguete en el caso de una de las niñas, la cual va relatando lo que atisba a su hermana. En particular, le cuenta lo siguiente: “*Mira, los del ático cultivan sus propios vegetales y usan una energía renovable por eso tienen una tarifa eco. A escondidas, ¡él come jamón!*”, y aparece en escena la imagen de un matrimonio en el balcón cuidando de sus plantas, mientras la niña prosigue contando que: “*Ella es la Sra. Bodet, tiene la tarifa estable porque prefiere estar en equilibrio con ella misma a estar pendiente del precio de la energía*”; y simultáneamente puede observarse la imagen de una mujer haciendo el pino apoyando solamente los brazos doblados. Seguidamente la niña exclama “*¡Y allí los mellizos! Seguro que sus papás tienen la tarifa plana para evitar sorpresas a fin de mes*”, mientras se puede ver la imagen de dos niños jugando a pelota y rompiendo un cristal de la casa. A continuación, la mencionada niña relata lo siguiente: “*Ése es el cantante de los Dockers. Ahora pondrá la lavadora y dará de comer a Roly*”, y aparece la imagen de un chico haciendo exactamente lo que la niña cuenta. Finalmente, ésta afirma con sorpresa: “*¡Y Roly!*”, y aparece en escena el padre de las niñas afirmando “*Ahí está Roly*” a lo que la niña que



sujeta los prismáticos de juguete responde: ¡*Qué bien, papá!*!. El anuncio termina con la imagen de las dos niñas sonriendo y una voz en *off* que asevera: “*Porque tenemos necesidades distintas, en Gas Natural Fenosa te ofrecemos tarifas de luz y de gas que se adaptan a ti. Gas Natural Fenosa, dicho y hecho*”.

2.- En su resolución de instancia, el Jurado desestimó esta reclamación. A estos efectos, consideró que la publicidad reclamada en modo alguno traslada un mensaje al público al que se dirige por el que se le incite a violar la intimidad de las personas, pues no apela a comportamientos contrarios a la intimidad, sino que simplemente muestra un juego habitual entre los niños (un juego de espías), y utiliza este juego infantil para promover la distintas tarifas de que dispone y oferta la empresa Gas Natural.

3.- Frente a este pronunciamiento de la Sección (que ya avanzamos que el Pleno comparte íntegramente), se alza el particular recurrente aduciendo los siguientes motivos de impugnación: *i)* que la resolución no aprecia como contrario al Código de Conducta exhibir en una publicidad comportamientos indebidos; *ii)* que la resolución no se pronuncia sobre el riesgo de que la publicidad reclamada incite a menores a poner en práctica comportamientos ilegales o, al menos, incívicos y contrarios a las normas de buena vecindad y convivencia; *iii)* que el Jurado convalida o trivializa una conducta ilegítima, pues conculca el derecho fundamental a la intimidad con meros aspectos técnicos tales como que el anuncio tenga un tono humorístico.

4.- Pues bien, este Pleno no puede compartir los argumentos vertidos por la recurrente para respaldar que la publicidad reclamada incita la puesta en práctica de comportamientos que vulneran el derecho a la intimidad.

5.- En efecto y en primer término, la resolución en modo alguno estimó que la exhibición de un comportamiento indebido, y en particular, una conducta contraria a la intimidad de las personas, no contrariara la norma 7 del Código de Autocontrol -tal y como la recurrente defiende en su escrito-. Lejos de ello, lo que la resolución apreció y concluyó es que la publicidad reclamada no mostraba un comportamiento ilegal, en tanto que simplemente exhibía un juego infantil -como sin lugar a dudas lo es jugar a espías- y, asimismo, consideró que tampoco transmitía un mensaje que pudiera incitar al público destinatario de la misma a poner en práctica esa clase de comportamiento, ya que la mencionada publicidad sencillamente se servía de ese juego para promover la distintas tarifas de Gas Natural.

Dicho con otros términos: entiende este Pleno que la publicidad en ningún momento exhibe un comportamiento ilegal, sino que se limita a mostrar a varios niños jugando al popular juego de los espías.

Pero, aún cuando a efectos dialécticos se entendiese que el comportamiento que desarrollan los niños en el anuncio es ilegal, no puede ignorarse que lo que prohíbe la norma 7 es la incitación a tales comportamientos. Y, en el caso que nos ocupa, en ningún modo cabría apreciar que la publicidad incita al público al que se dirige a comportamientos ilegales. En efecto, la publicidad, tanto por sus características como por el producto promocionado, se dirige y enfoca claramente hacia un público adulto. Este público adulto al que se dirige la publicidad, por otra parte, percibirá en la misma, no una conducta deliberadamente tendente a invadir la



privacidad o intimidad de otras personas, sino como un mero juego infantil popular entre los niños. Y en la medida en que el público adulto destinatario de la publicidad percibe que la publicidad simplemente muestra lo que es propio de un juego infantil, en modo alguno se verá incitado, como consecuencia de la publicidad, a desarrollar comportamientos que violen la intimidad de las personas.

6.- En segundo término, y como respuesta al segundo el motivo de alegación aducido por el particular recurrente, atendida la naturaleza de las prestaciones que la publicidad reclamada promueve (distintas tarifas de gas y electricidad) es evidente, a juicio de este Pleno y con todos los respetos hacia la interpretación que el particular recurrente mantiene en su escrito, que el consumidor medio destinatario de la misma no son menores de edad, sino personas con capacidad para contratar tales prestaciones. Y aunque a efectos meramente dialécticos conviniéramos en que la publicidad en cuestión alcanza, en el sentido que puede ser visualizada, a menores de edad, lo cierto es que el comportamiento que ésta muestra es simplemente un juego infantil, y este Pleno no puede aceptar que un mero juego pueda incitar a menores de edad a realizar conductas contrarias a la intimidad. Tanto más cuando se trata de un juego al que los niños suelen jugar visualicen o no la publicidad reclamada.

7.- Finalmente y como hemos adelantado, este Pleno tampoco puede compartir el último de los motivos esgrimidos por el particular recurrente en su escrito y según el cual, el Jurado habría convalidado o trivializado una conducta que viola el derecho fundamental a la intimidad con meros aspectos técnicos tales como que el anuncio tenga un tono humorístico.

En efecto, y con el máximo respeto hacia el particular recurrente, al entender de este Jurado, el argumento defendido por el recurrente incurre en el vicio de hacer supuesto de la cuestión. Y ello, habida cuenta de que parte de un supuesto – existencia, en la publicidad reclamada, de una conducta que infringe el derecho a la intimidad- diferente al sostenido por la resolución, a saber: que la publicidad reclamada mostraba meramente un juego infantil que la reclamada utilizaba para promover sus prestaciones. Y en este sentido, ya ha sido advertido por este Pleno al combatir el primero de los motivos de impugnación alegados por el particular recurrente, que la publicidad reclamada no muestra ningún comportamiento ilegal, y así lo estimó la resolución recurrida. Que la Sección considerara que el anuncio controvertido tenía un tono claramente humorístico para nada implica que ésta estimara que el humor puede inmunizar una conducta que infringe el derecho fundamental a la intimidad. Y ello, por la sencilla razón de que, como hemos venido manteniendo a lo largo de la presente resolución y señaló la Sección, la publicidad reclamada no muestra ni transmite un mensaje que incite a poner en práctica comportamientos contrarios a la norma 7 del Código de Autocontrol, lo cual queda corroborado a mayor abundamiento por el carácter jocoso y humorístico que preside la publicidad reclamada, como bien argumentó la resolución basándose en diversos pasajes, imágenes y alegaciones que se muestran y vierten en dicha publicidad.

Por todas las razones expuestas, el Pleno del Jurado de Autocontrol



ACUERDA

Desestimar el recurso de alzada interpuesto por un particular contra la resolución de la Sección Sexta del Jurado de 29 de junio de 2017.