



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 29 de junio de 2017, reunida la Sección Sexta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D. Luis Berenguer Fuster para el estudio y resolución de la reclamación presentada por unos particulares contra una publicidad de la que es responsable la empresa Gas Natural SDG S.A., emite la siguiente

RESOLUCION

I.- Antecedentes de hecho.

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

2.- Las reclamaciones se dirigen contra una publicidad y, en particular, un anuncio emitido en televisión, en la que se promueve el servicio de gas y electricidad prestado por la reclamada. El anuncio 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*”.

En adelante, aludiremos a esta publicidad como la “**Publicidad reclamada**”.

3.- Según expone uno de los particulares en su escrito de reclamación, la publicidad reclamada incita a comportamientos que suponen una violación a la



intimidad de las personas. La razón aducida para fundamentar su alegación estriba en que, a su juicio, en la publicidad reclamada, Gas Natural, utiliza a dos niños espiando a personas y familias en sus domicilios, violando su intimidad (derecho protegido por nuestra Constitución), para promover la adquisición de sus servicios. Ello, siempre al entender de los reclamantes, transmite a la infancia y juventud que pueda observar ese spot, un mensaje de tolerancia y de aliento a la invasión de la intimidad, y anulan la percepción espontánea de que la privacidad merece ser protegida.

Centrados ahora en el escrito de reclamación presentado por el otro particular reclamante, éste alega, en esencia, que la publicidad reclamada infringe la Ley Orgánica 15/1999 sobre protección de datos personales.

Por todo ello, los particulares solicitan al Jurado, respectivamente, que declare que la publicidad reclamada incita a conductas que violan el derecho a la intimidad e infringe la normativa sobre protección de datos personales.

4.- Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, Gas Natural, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él advierte, en primer término, que la publicidad controvertida fue entregada para su análisis y consulta previa (*Copy Advice*) a Autocontrol, el cual emitió un informe positivo, aunque reconoce que éste no tiene carácter vinculante.

En segundo término, la reclamada sostiene que dicha publicidad no puede entenderse contraria a lo establecido en la Ley de protección de datos personales. Y ello, según aduce la reclamada, habida cuenta de que se trata de un anuncio que reproduce una historia ficticia, cuyos actores obviamente representan un papel, por lo que no están realizando ningún tratamiento de sus datos ni puede, por tanto aplicarse la normativa de protección de datos personales.

Finalmente, la reclamada entiende que la publicidad controvertida no infringe ninguna norma del Código de Conducta de Autocontrol, pues no ensalza ninguna conducta que pueda considerarse reprobable; simplemente utiliza un juego infantil, como lo es "jugar a espías", para hacerla más cercana y atraer la atención del consumidor, con el fin de conseguir lo único que la publicidad persigue; a saber: que el público destinatario (personas mayores de edad con capacidad para contratar los servicios que presta Gas Natural) conozca las distintas tarifas de luz y gas ofertadas por Gas Natural Fenosa. Por todo ello, concluye la reclamada, la publicidad controvertida no puede incitar al consumidor a realizar las conductas que las protagonistas del mismo realizan, pues éstas sólo están jugando a espiar y adivinar la tarifa de deben haber contratado cada uno de sus vecinos. Y pese a que potencialmente el anuncio pueda atraer la atención de niños menores de edad, éste no transmite ni incita a realizar ningún comportamiento nocivo.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- En atención a los antecedentes de hecho antes expuestos y del tenor de las reclamaciones presentadas, esta Sección debe analizar la publicidad reclamada a la



luz de la norma 7 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en lo sucesivo, el “**Código de Autocontrol**”) a tenor del cual:

“La publicidad no incitará a comportamientos ilegales”.

2.- Pues bien, esta Sección ha procedido a visionar el anuncio reclamado, con el fin de determinar si, a su juicio, éste incita la puesta en práctica de comportamientos que violan el derecho a la intimidad. Y, tras llevar a cabo este análisis y con todos los respetos a la interpretación que los particulares reclamantes defienden, la Sección 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 un mensaje al público al que se dirige en virtud del cual se incite a dicho público a violar la intimidad de las personas.

3.- En efecto, ante todo no puede ignorarse que en el caso que nos ocupa no hay ningún elemento que de forma directa o indirecta pueda ser considerado como una incitación a realizar conductas que violan el derecho a la intimidad. Por el contrario, el anuncio se centra y focaliza en mostrar a unas niñas, una de las cuales cuenta lo que va observando tras unos prismáticos de juguete mientras asigna a cada uno de los vecinos objeto de su relato una de las tarifas promocionadas por la reclamada. De esta forma, y como decíamos, la publicidad, lejos de apelar a comportamientos contrarios a la intimidad, como uno de los particulares reclamantes mantiene en su escrito de reclamación, sencillamente muestra un juego habitual entre los niños (un juego de espías), y utiliza este juego infantil para promover de forma ingeniosa la distintas tarifas de que dispone y oferta la empresa Gas Natural.

Por otra parte, la narración a la que acabamos de hacer referencia se desarrolla en un tono claramente ficticio, exagerado y humorístico. Así lo prueban, por ejemplo, el hecho de que los prismáticos con los que una de las niñas observa al vecindario sean claramente de juguete; el equipo de gafas con que aparece ataviada la otra niña; la imagen de uno de los vecinos objeto del relato que claramente están cuidando de sus plantas y no cultivando sus vegetales, tal y como afirma la niña; la imagen de uno de tales vecinos comiendo algo que parece sustraer de las plantas y que la niña confunde con jamón; la imagen de los niños rompiendo un cristal con una pelota; la escena en que aparece la mujer haciendo el pino y, especialmente, el hecho de que al final del anuncio controvertido, y como colofón al acento jocoso que lo caracteriza, aparezca el padre de las niñas vestido con un mono azul en cuya parte trasera puede leerse “Gas Natural Fenosa” emulando ser un trabajador de esa compañía. También son una muestra de ese tono irreal y humorístico que preside todo el anuncio la exclamación que hacen las niñas cuando los mellizos rompen el cristal, la sorpresa que muestran cuando aparece en escena el gato denominado “Roly” o, en fin, las sonrisas que ruidosamente espentan al terminar el anuncio.

En suma, a juicio de este Jurado, un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, del conjunto del anuncio reclamado percibirá justo lo contrario a lo que la reclamante mantiene; a saber: que se trata de un anuncio que muestra un juego infantil y que, a través de él, sirviéndose de un agudo y humorístico relato contado por una de las niñas que participa en el juego y que observa a sus vecinos con unos prismáticos de juguete, promociona las distintas



tarifas de gas y electricidad que la reclamada ofrece y que la niña adjudica a cada uno de ellos en función de lo que ella cree que son sus necesidades y forma de ser.

En estas circunstancias, a juicio de esta Sección, resulta ciertamente improbable que un consumidor medio obtenga del anuncio un mensaje que le induzca a realizar comportamientos contrarios a la intimidad de las personas. Antes bien, reconocerá en el anuncio un tono infantil e irreal que, difícilmente a juicio de este Jurado, puede incitar a su público destinatario a poner en prácticas conductas que violan la intimidad de las personas.

4.- Por lo que respecta a la segunda de las reclamaciones presentadas, esta Sección comparte con la reclamada que la publicidad controvertida en modo alguno infringe la Ley Orgánica 15/1999 sobre protección de datos personales, pues, ciertamente y como hemos razonado, al margen que no se indica cuál es el precepto supuestamente infringido (como bien pone de relieve la reclamada en su escrito de contestación), se trata de un anuncio caracterizado por estar presidido por un tono infantil e irreal, en el que se presenta y reproduce un relato ficticio, siendo obviamente sus protagonistas personajes que representan un papel, también ficticio, por lo que mal puede el anuncio hacer un tratamiento de datos personales que viole la normativa de protección de datos personales.

5.- A la vista de todo lo expuesto, el Jurado debe concluir que la publicidad reclamada no infringe la norma 7 del Código de Autocontrol.

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

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por dos particulares contra la publicidad de la que es responsable la empresa Gas Natural SDG S.A.