



Resolución de 12 de septiembre de 2018, de la Sección Sexta del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima la reclamación presentada por la mercantil Vodafone España, S.A.U. contra una publicidad de la que es responsable la empresa Telefónica de España, S.A.U. La Sección estimó la reclamación declarando que la publicidad infringía la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL y el artículo 3 del Código Ético de Confianza Online.

Frente a dicha resolución, Telefónica de España, S.A.U. interpuso Recurso de Alzada que fue desestimado por el Pleno del Jurado mediante Resolución de 10 de octubre de 2018.

Resumen de la Resolución:
Recurso de alzada de Telefónica de España S.A.U. vs. Resolución de la Sección Sexta del Jurado de 12 de septiembre de 2018
(Asunto: “Fusión + Fútbol con Premium. Internet”)

Resolución de 12 de septiembre de 2018, de la Sección Sexta del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se estima la reclamación presentada por la mercantil Vodafone España, S.A.U. contra una publicidad de la que es responsable la empresa Telefónica de España, S.A.U.

La reclamación se dirigía frente a dos anuncios publicados en la página web de la reclamada. En el primero se incluyen, de manera destacada, las siguientes alegaciones: “*Di hola a tener todo el fútbol*”, “*Fusión + Fútbol con Premium. Ahora por 0 € / mes IVA incl.**”, “*¡Y ahora Premium Gratis hasta 2019!. Sin permanencia*”. En la parte inferior del anuncio se reiteran las siguientes menciones: “*Fusión + Fútbol con Premium*” y “*0 € / mes IVA incl.**” junto a la descripción de las prestaciones del paquete ofertado. Las menciones anteriores se acompañan de un asterisco que remite a la siguiente afirmación situada en un lugar menos destacado: “*Al contratar Fusión + Fútbol por 80 euros*”. En el segundo anuncio, aparecen las alegaciones “*¡Premium Gratis hasta 2019!*” y “*Fusión + Fútbol con Premium*”, “*Disfruta de todo el fútbol. Contrata hoy y llévate la TV, con cine, series y muchos deportes*” y, de forma más destacada “*Por 0 € / mes¹ (...). IVA incl. En todos los precios*” acompañada de un superíndice con el número 1, que remite a la afirmación: “*Al contratar Fusión + Fútbol por 80 euros*”, que se presenta de forma menos destacada.

La Sección determinó que la publicidad reclamada resultaba contraria a la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (principio de veracidad) y al artículo 3 del Código Ético de Confianza Online al resultar apta para inducir a error a los consumidores respecto a la posibilidad de obtener gratuitamente los productos Fusión y Fútbol. En este sentido concluyó que, si bien en la publicidad reclamada se desvela que el único producto gratuito para el consumidor es el producto Premium, dicha información se incluye en lugares poco destacados o de forma desvinculada respecto de otros mensajes más destacados y ambiguos.



Recurso de Alzada

Frente a dicha resolución, Telefónica de España S.A.U. interpuso Recurso de Alzada que fue desestimado por el Pleno del Jurado mediante Resolución de 10 de octubre de 2018.



Texto completo del Resolución del Jurado:
Recurso de alzada de Telefónica de España S.A.U. vs. Resolución de la Sección Sexta del Jurado de 12 de septiembre de 2018
(Asunto: “Fusión + Fútbol con Premium. Internet”)

En Madrid, a 10 de octubre de 2018, reunido el Pleno del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidido por D. José Antonio Gómez Segade, para el estudio y resolución del recurso de alzada presentado por la empresa Telefónica de España, S.A.U., contra la resolución de la Sección Sexta del Jurado de 12 de septiembre de 2018, emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 24 de agosto de 2018, Vodafone España, S.A.U. presentó un escrito de reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Telefónica de España, S.A.U.

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 12 de septiembre de 2018 (en adelante, la “**Resolución**”).

3.- Mediante la citada Resolución, la Sección Sexta del Jurado acordó estimar la reclamación presentada.

4.- El 24 de septiembre de 2018, la empresa Telefónica de España, S.A.U. interpuso recurso de alzada contra la Resolución en el que mantiene que la publicidad no es engañosa. Para sustentar su conclusión, la recurrente argumenta, en esencia, que la resolución ha infringido el principio de indivisibilidad, en la medida que ha interpretado de forma separada las expresiones “*¡Y ahora Premium Gratis hasta 2019!*” y “*Al contratar Fusión + Fútbol por 80 euros*” en ella contenida, cuando ambas forman parte del mensaje principal o parte captatoria de la publicidad. Y, al entender de la recurrente, si la publicidad se interpreta como procede y, por tanto, en su conjunto y como un única pieza, traslada al consumidor medio el mensaje claro según el cual el precio de los productos Fusión + Fútbol es de 80 euros y que el único producto gratuito es el producto Premium, siempre que el cliente contrate Fusión + Fútbol, lo cual se corresponde con la realidad. Tanto más si se tiene en cuenta que, según la recurrente, es inverosímil que la publicidad controvertida provoque en el consumidor medio del sector de las telecomunicaciones, el cual tiene un entendimiento mucho más cabal y completo que el consumidor de otro tipo de productos y/o servicios y, además, presta una mayor atención, la creencia según la cual no van a pagar absolutamente nada durante 4 meses por el conjunto de productos ofertados en la publicidad.



5.- Trasladado el recurso de alzada la empresa Vodafone España, S.A.U., éste ha presentado escrito de contestación en el plazo. En él, reafirma lo sostenido en su escrito de reclamación y, por ende, que la publicidad es engañosa, y si adhiere a lo estimado por la resolución.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- Con carácter previo al análisis del motivo de impugnación expuesto por la 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 interpuesta por Vodafone frente a dos piezas publicitarias de Telefónica en las que se promueven, de manera conjunta, los productos Fusión, Fútbol y Premium.

En la primera de ellas, aparece en letra destacada y de gran tamaño la siguiente alegación: *“Di hola a tener todo el fútbol”*. Justo debajo y en letras de menor tamaño, aparece, a la derecha, la mención *“Fusión + Fútbol con Premium. Ahora por 0 euros al mes IVA incl.”* y a la izquierda la alegación *“¡Y ahora Premium Gratis hasta 2019!. Sin permanencia”*. Finalmente, en la parte inferior del anuncio vuelve a reiterarse la mención *“Fusión + Fútbol con Premium”* y, debajo, se describen las prestaciones que integran el paquete ofertado así como, y en letras más destacadas, la alegación *“0 euros al mes IVA incl.”*, acompañada de un asterisco que remite a la siguiente afirmación situada debajo de ésta: *“Al contratar Fusión + Fútbol por 80 euros”*.

En la segunda pieza publicitaria, pueden leerse las alegaciones *“¡Premium Gratis hasta 2019!”* y *“Fusión + Fútbol con Premium”* y, justo debajo las menciones: *“Disfruta de todo el fútbol. Contrata hoy y llévate la TV, con cine, series y muchos deportes”*; y en letras más destacadas, la alegación *“Por 0 € / mes¹ (...). IVA incl. En todos los precios”* acompañada de un superíndice con el número 1, que remite a la siguiente afirmación situada debajo de ésta: *“Al contratar Fusión + Fútbol por 80 euros”*

2.- En su resolución de instancia, el Jurado estimó esta reclamación y, por tanto, consideró que la publicidad era engañosa en la medida en que, por su ambigüedad, podía ser interpretada por el consumidor medio razonablemente atento y perspicaz en el sentido de que puede obtener los productos Fusión, Fútbol y Premium gratuitamente cuando ello no se corresponde con la realidad.

3.- Frente a este pronunciamiento de la Sección se alza el anunciante esgrimiendo dos motivos de impugnación. En primer lugar, achaca a la Resolución haber infringido el principio de indivisibilidad por haber interpretado de forma separada las expresiones *“¡Y ahora Premium Gratis hasta 2019!”* y *“Al contratar Fusión + Fútbol por 80 euros”*, cuando ambas forman parte del mensaje principal o parte captatoria de la publicidad. Y en segundo lugar, y en coherencia con lo anterior, que fruto de la inadecuada separación de ambas expresiones, ha determinado incorrectamente el entendimiento que el consumidor medio extrae de la publicidad, pues interpretada



como una única pieza y en su conjunto le traslada el mensaje claro de que el precio de los productos Fusión + Fútbol es de 80 euros y que el único producto gratuito es el producto Premium, siempre que el cliente contrate Fusión + Fútbol, lo cual se corresponde con la realidad.

4.- Pues bien, este Pleno no puede compartir la interpretación que la recurrente defiende. A este respecto, debe señalarse que las frases que destaca la recurrente en su escrito (“*Y ahora Premium Gratis hasta 2019*” y “*Al contratar Fusión + Fútbol por 80 euros*”), y que pretende que sean interpretadas de forma conjunta, no son en absoluto las únicas que figuran en la publicidad. Ni siquiera son siempre las primeras. De hecho, el primero de los mensajes reclamados se abre con la siguiente frase: “*Di hola a tener todo el fútbol. Fusión + Fútbol con Premium. Ahora por 0 euros al mes IVA incl.*” En la segunda publicidad, por su parte, junto a las frases que destaca la recurrente en su escrito se incluye también de forma destacada la siguiente: “*Disfruta de todo el fútbol. Contrata hoy y llévate la tv, con cine, series y muchos deportes. Por 0 € / mes¹ (...). IVA incl.*”.

Es obvio que a través de estas frases se puede estar trasladando el mensaje según el cual se puede acceder a las tres prestaciones (Fusión, Fútbol, Premium) por cero euros.

Por consiguiente, si se reclama -como hace la recurrente- una interpretación de conjunto de la publicidad, no pueden omitirse aquellas frases que precisamente pueden trasladar al consumidor de forma más precisa el mensaje según el cual se le ofrecen tres prestaciones por cero euros. Una interpretación de conjunto de la publicidad (que tome en consideración tanto las frases mencionadas por la recurrente como las restantes incluidas en la publicidad) lleva forzosamente a la conclusión de que la publicidad se mueve en un elevado grado de ambigüedad sobre aquello que se ofrece como gratuito. Y merced a esa ambigüedad (provocada por frases tan contundentes como “*Fusión + Fútbol con Premium. Ahora por 0 euros al mes IVA incl.*”), un consumidor podría fácilmente concluir que se le ofrece la posibilidad de obtener las tres prestaciones (Fusión, Fútbol y Premium) por cero euros.

5.- En definitiva, si se quiere analizar la publicidad en su conjunto (como hizo la Resolución de instancia y como insiste la recurrente en que se haga en esta alzada) forzosamente se ha de concluir que la publicidad se integra por los siguientes mensajes principales: “*Di hola a tener todo el fútbol. Fusión + Fútbol con Premium. Ahora por 0 euros al mes IVA incl.*”; “*Disfruta de todo el fútbol. Contrata hoy y llévate la tv, con cine, series y muchos deportes. Por 0 € / mes¹ (...). IVA incl. En todos los precios*”.

Con ellos, se traslada de manera clara el mensaje según el cual se puede acceder a las tres prestaciones con carácter gratuito.

Junto a aquellas alegaciones, y todavía en la parte destacada de la publicidad, se inserta también la alegación “*¡Premium Gratis hasta 2019!*”. No obstante, es claro que, pese a incluirse en la parte principal de la publicidad, esta alegación, por su tenor literal, no es per se suficiente para deshacer o corregir el mensaje que han trasladado las restantes alegaciones incluidas en la publicidad. Dicho con otras palabras, dicha expresión no traslada de forma clara e inequívoca el mensaje según el cual sólo se



regala el paquete Premium, y los paquetes Fusión y Fútbol a los que aluden las restantes alegaciones incluidas en la parte principal deben ser pagados abonando un importe de 80 euros.

Esta circunstancia, en efecto, sólo se desvela en un mensaje de reducido tamaño que se inserta en la parte final de la publicidad.

Para este Pleno, es obvio que, con esta configuración, la publicidad, en su conjunto, traslada un mensaje ambiguo, pues no queda suficientemente claro en ella si todo el paquete fusión más fútbol con Premium tiene un precio de 0 euros o, por el contrario, el producto gratuito es tan sólo el producto Premium y siempre que se contrate el paquete fusión más fútbol. Por lo tanto, en la medida en que la publicidad reclamada, por su ambigüedad, puede llevar al consumidor medio a interpretar el mensaje que trata de transmitir de forma que no se corresponde con la realidad y, en concreto, a entender erróneamente que puede obtener los productos Fusión, Fútbol y Premium gratuitamente, ha de calificarse de engañosa.

En consecuencia, este Pleno conviene con la Resolución en que la publicidad reclamada infringe la norma 14 del Código de Autocontrol y el artículo 3 del Código Ético de Confianza Online.

Por las razones expuestas, el Pleno del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

Desestimar el recurso de alzada presentado por la empresa Telefónica de España, S.A.U. contra la resolución de la Sección Sexta del Jurado de 12 de septiembre de 2018.