



Resolución de 5 de septiembre de 2019, de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone Enabler España, S.L. El Jurado declaró que la publicidad reclamada no infringía la norma 10 (publicidad discriminatoria) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

Resumen de la Resolución:  
**Particular vs. Vodafone Enabler España S.L. (Lowi)**  
**“60 Gigazos Lowi.TV”**

Resolución de 5 de septiembre de 2019, de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone Enabler España, S.L.

La reclamación se dirigía contra tres anuncios emitidos en televisión, donde se promocionaba el servicio de telefonía móvil prestado por la reclamada, y en los cuales se mostraba la imagen de un hombre de dibujos animados, sobre la imagen de una playa real, junto con la alegación “60 gigazos gratis”. Durante los anuncios reclamados se escuchaba una voz en *off* afirmando, en dos de ellos, que “*Lowi regala 60 gigazos a todos hasta que este guiri se ponga moreno*” y, en el tercero, “*Lowi regala 60 gigazos, 60, pero sólo hasta que este guiri se ponga moreno*”, a lo que el hombre respondía “*Don’t worry, que me he echado crema*”, “*Estoy super contento, que ya se me va notando la marca del calcentín*”; y “*Ya estoy 99,9 por ciento*”, respectivamente.

La reclamación del particular se fundamenta en que, a su entender, los anuncios reclamados ridiculizan a los extranjeros “guiris”, por lo que resultarían discriminatorios y denigrantes para estos.

El Jurado concluyó que la publicidad reclamada no resultaba contraria a la norma 10 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL en la medida en que, a su juicio, un consumidor medio percibirá el tono de la publicidad como cómico, exagerado y ficticio, no encontrando ningún elemento concreto por el cual pueda considerarse discriminatorio o incompatible con la dignidad de las personas extranjeras.



Texto completo de la Resolución del Jurado:  
**Particular vs. Vodafone Enabler España S.L. (Lowi)**  
**“60 Gigazos Lowi.TV”**

En Madrid, a 5 de septiembre de 2019, reunida la Sección Séptima del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D<sup>a</sup>. María José Morillas Jarillo para el estudio y resolución de una reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone Enabler España, S.L., emite la siguiente

## RESOLUCIÓN

### I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado 25 de julio de 2019, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España, S.L. (en adelante “**Lowi**”),

2.- La reclamación se formula frente a tres piezas publicitarias difundidas por televisión en la que se promociona un servicio de telefonía móvil prestado por la reclamada. Todas ellas se inician con la imagen de un hombre en dibujos animados situado en una playa real y con la alegación “60 gigazos gratis” sobreimpresionada en la pantalla y destacada en rosa y blanco, mientras una voz en *off* afirma, en la primera y tercera pieza publicitaria, “*Lowi regala 60 gigazos a todos hasta que este guiri se ponga moreno*”; y, en la segunda pieza publicitaria, “*Lowi regala 60 gigazos, 60, pero sólo hasta que este guiri se ponga moreno*”, a lo que el hombre responde “*Don’t worry, que me he echado crema,*” en la primera pieza publicitaria; “*Estoy super contento, que ya se me va notando la marca del calcentín*”, en la segunda; y “*Ya estoy 99,9 por ciento*”, en la tercera.

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

3.- Según expone en su escrito de reclamación, el particular reclamante considera que la publicidad es ilícita, pues, según sostiene, resulta discriminatoria y denigrante para los extranjeros guiris, puesto que los ridiculiza.

4.- Trasladada la reclamación a Lowi, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él argumenta que la Publicidad Reclamada ni es discriminatoria por razón de raza o nacionalidad ni resulta contraria a la dignidad de la persona, por las siguientes razones: en primer lugar, el término guiri no es despectivo; y, en segundo lugar, la alegación en la que se inserta ese término (“*Lowi regala 60 gigazos a todos hasta que este guiri se ponga moreno*”), al igual que el conjunto de la publicidad, está presidida por un tono humorístico y desenfadado, por lo que no será percibida por los destinatarios como discriminatoria o contraria a la dignidad de las personas.



## II.- Fundamentos deontológicos.

1.- A la luz de los antecedentes de hecho expuestos, y del tenor de la reclamación presentada, esta Sección debe analizar si la Publicidad Reclamada es contraria a la norma 10 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en lo sucesivo, el “**Código de Autocontrol**”), la cual dispone que:

*“Las comunicaciones comerciales no sugerirán circunstancias de discriminación ya sea por razón de raza, nacionalidad, religión, discapacidad, edad, género u orientación sexual, ni atentarán contra la dignidad de la persona. (...)”*

2.- Pues bien, esta Sección ha procedido a visionar los anuncios reclamados, con el fin de determinar si, a su juicio, éste transmite un mensaje que discrimine a las personas extranjeras o si puede entenderse contrario a la dignidad de éstas. Y, tras llevar a cabo este análisis, y con todos los respetos a la interpretación que el particular reclamante defiende, 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 al público al que se dirige un mensaje que discrimine a ese grupo de personas o que pueda considerarse incompatible con su dignidad.

3.- A juicio de este Jurado, un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz percibirá sin dificultad que el protagonista de la publicidad es un personaje ficticio, pues no en vano se trata de un personaje animado; además, tanto su imagen como la alegación “*Lowi regala 60 gigazos a todos hasta que este giri se ponga moreno*” están presididas por un tono humorístico e irreal.

Por esta razón, insistimos, el destinatario de la publicidad no deducirá del anuncio un mensaje objetivo y creíble sobre las características de las personas extranjeras.

Por el contrario, a la vista de la caracterización física del personaje animado (rubio, con la piel extraordinariamente blanca y con barriguita) de su atuendo (bañador de colores destacados, chanclas con los calcetines blancos y gafas de sol) y de las alegaciones “*Don’t worry, me he echado crema*”, “*Estoy super contento, que ya se me va notando la marca del calcentín*” o “*Ya estoy 99,9 por ciento*”, el destinatario de la publicidad percibirá sin dificultad que el anunciante, con el fin de incrementar el atractivo del anuncio, recurre de forma humorística a un tópico y lo utiliza en forma de parodia. Pero, como es obvio, el destinatario de la publicidad, que percibe el tono tópico y paródico del anuncio, no deducirá del mismo mensajes objetivos sobre las características de los extranjeros que pudieran resultar contrarios a su dignidad.

En suma, a juicio de esta Sección, un consumidor medio percibirá la publicidad como una situación cómica, exagerada y ficticia, que no constituye una representación de la realidad y que, además, no contiene ningún elemento que pueda resultar insultante o hiriente y que, por ende, tampoco traslada un mensaje concreto, objetivo y creíble sobre las personas extranjeras que pueda considerarse discriminatorio o incompatible con su dignidad.



En consecuencia, este Jurado concluye que la Publicidad Reclamada no infringe la norma 10 del Código de Autocontrol.

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

**ACUERDA**

Desestimar la reclamación presentada por un particular contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone Enabler España, S.L.