

JURADO DE LA PUBLICIDAD

RESOLUCIÓN



Reclamante	Asociación de Usuarios de la Comunicación
Reclamado	Wewi Mobile, S.L.
Título	Finetwork 66 GB Mas Rich.TV. Internet
Nº de asunto	02/R/ENERO 2020
Fase del proceso	Primera instancia – Sección Primera
Fecha	22 de enero de 2020

Resolución del 22 de enero de 2020 de la Sección Primera del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Wewi Mobile, S.L. La Sección consideró que la publicidad no era incompatible con la norma 3.3 (interpretación de los anuncios publicitarios) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL

RESUMEN

Resolución del 22 de enero de 2020 de la Sección Primera del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Wewi Mobile, S.L.

La reclamación se dirige contra una publicidad difundida por la empresa Wewi Mobile. S.L en Internet y televisión en donde se promocionan tarifas de telefonía e Internet ofertadas por esta compañía.

La Sección consideró que en el video aportado al expediente la sobreimpresión relativa a las condiciones de la oferta aparecía en un tamaño y con un tiempo de permanencia adecuados que hacía que, en condiciones normales de visionado, esta resultase perfectamente legible por el consumidor. En tales circunstancias, consideró que la publicidad no infringía la norma 3.3 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL.

TEXTO COMPLETO

En Madrid, a 22 de enero de 2020, reunida la Sección Primera del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por D^ª. María José Morillas Jarillo, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Wewi Mobile S.L., emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 13 de enero de 2020, la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en adelante, “AUC”) presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Wewi Mobile S.L.
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida por la empresa Wewi Mobile S.L., en televisión e internet donde se promocionan tarifas de telefonía e Internet ofertadas por esta compañía.

En adelante, aludiremos al anuncio descrito como la “**Publicidad Reclamada**”.

3. Según expone en su escrito de reclamación, AUC considera que la Publicidad Reclamada es engañosa porque, a su juicio, los mensajes que aparecen sobreimpresionados con las condiciones del servicio por su tamaño, color y tiempo de permanencia en pantalla impiden que el espectador pueda leerlos adecuadamente. Por ello, según la AUC, la Publicidad Reclamada contraviene la legislación vigente y, en particular, el artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad; los artículos 5, 7 y 18 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal; y los artículos 61, 80, 82 y 83 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.
4. Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él advierte, en primer término, que la publicidad dejó de emitirse hace más de 6 meses. Y, en segundo lugar y en todo caso, señala que la publicidad no es ilícita puesto que en el spot que envió a Mediaset y A3media para su difusión, las condiciones del servicio promovido aparecen visibles a pie de pantalla durante 20 segundos, por lo que cualquier espectador puede leerlas adecuadamente.

II. Fundamentos deontológicos.

1. En atención a los antecedentes de hecho antes expuestos y del tenor de la reclamación presentada, esta Sección debe analizar la publicidad reclamada a la luz de la norma 3.3 del Código

de Conducta Publicitaria de Autocontrol (en adelante, el “**Código de Autocontrol**”) a cuyo tenor:

"cuando una comunicación comercial contenga un mensaje claramente destacado (...), el anunciante deberá adoptar las medidas necesarias para que las restantes partes del anuncio sean claramente comprensibles y no introduzcan ni modificaciones ni limitaciones relevantes del mensaje principal".

En particular, esta Sección ha de determinar si el mensaje contenido en la sobreimpresión que aparece en la parte inferior de la publicidad resulta ilegible y, por lo tanto, incumple la obligación que impone la norma 3.3 del Código de Autocontrol a los anunciantes de poner todos los medios a su alcance para que tanto los mensajes como cualquier otra expresión publicitaria incluidos en el anuncio sean perceptibles y comprensibles para el consumidor medio, tal y como entiende AUC.

2. Pues bien, este Jurado ha podido comprobar que, en el video aportado por la reclamante junto con su reclamación, aparece la siguiente sobreimpresión: *“Las siguientes tarifas ilimitadas (ilimitadas 30Gb, 20Gb 10Gb y 7Gb) disponen de un bono adicional de 66 Gb para consumir del 15 de junio al 15 de septiembre de 2019 (ambos inclusive). Los 66 Gb del bono son los primeros en consumirse, no son acumulables y no se comparten con otros. Finalizado el periodo promocional se perderán las gigas no consumidos*”). En el video aportado, esta sobreimpresión aparece en un tamaño y con un tiempo de permanencia adecuados. Es cierto que aparece algo difusa, pero las dificultades que esto entraña son principalmente achacables a la calidad del video aportado. De suerte que, en condiciones normales de visionado, la sobreimpresión, por su tamaño y tiempo de permanencia en pantalla, resulta perfectamente legible.

Así las cosas, este Jurado debe concluir que la publicidad reclamada no infringe la norma 3.3 del Código de Autocontrol.

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

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Wewi Mobile S.L.