

# JURADO DE LA PUBLICIDAD

## RESOLUCIÓN



<b>Solicitante</b>	Particular
<b>Responsable de la publicidad</b>	Vodafone España, S.A.U.
<b>Título</b>	Fibra Óptica 600 Mb. Internet
<b>Nº de asunto</b>	219/R/DICIEMBRE/2020
<b>Fase del proceso</b>	Primera Instancia – Sección Séptima
<b>Fecha</b>	15 de enero de 2021

Resolución de 15 de enero de 2021 de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España, S.A.U. La Sección consideró que la publicidad no infringía la norma 14 (principio de veracidad) del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL ni el artículo 3 (principio de legalidad y veracidad) del Código Ético de Confianza Online.

Frente a dicha resolución, el particular interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 5 de febrero de 2021, que confirmó la resolución de la Sección, concluyendo que la publicidad reclamada no vulnera los preceptos citados.

### RESUMEN

Resolución de 15 de enero de 2021 de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, por la que se desestima la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España, S.A.U.

La reclamación se dirigía contra una publicidad difundida en la página *web* de la reclamada, en la que se promovía un servicio de fibra óptica. El reclamante consideraba que la pieza publicitaria era engañosa en la medida en que promocionaba la conexión a internet como fibra óptica, pero él recibía en su domicilio la conexión mediante cable coaxial.

La Sección consideró que la publicidad reclamada era compatible con la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL y con el artículo 3 del Código Ético de Confianza Online, en tanto, conforme a la jurisprudencia de los tribunales y la doctrina de este Jurado, la existencia de un tramo de cable coaxial en el hogar del reclamante no impide la calificación de la red como fibra óptica cuando la principal parte de la red es efectivamente de fibra óptica.

#### Recurso de alzada

Frente a dicha resolución, el particular interpuso recurso de alzada que fue desestimado por el Pleno en su resolución de 5 de febrero de 2021.

El Pleno concluyó que la publicidad reclamada no infringe la norma 14 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL ni el artículo 3 del Código Ético de Confianza Online, al considerar acreditado que la principal parte de la red de Vodafone España, S.A.U. es efectivamente de fibra óptica (concretamente, el 95%) y entender que, conforme a la jurisprudencia y doctrina señaladas, la existencia de un tramo de cable coaxial en el hogar del reclamante no impide la calificación de la red como fibra óptica.

En Madrid, a 15 de enero de 2021, 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 la reclamación presentada por un particular en relación con una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España, S.A.U., emite la siguiente

### RESOLUCIÓN

#### I. Antecedentes de hecho.

1. El pasado 23 de diciembre de 2020, un particular presentó una reclamación contra una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España, S.A.U. (en adelante, “Vodafone”).
2. La reclamación se dirige contra una publicidad difundida en la página *web* de Vodafone, en la que se promueve un servicio de fibra óptica comercializado por la reclamada. En dicha *web* se ofrece fibra óptica a distintas velocidades (300 Mbps, 600 Mbps y 1 Gbps).

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

3. El particular alega en su escrito de reclamación que la Publicidad Reclamada es engañosa, dado que promociona la conexión a internet como fibra óptica, pero él recibe en su domicilio la conexión mediante cable coaxial.

En consecuencia, el particular considera que la Publicidad Reclamada podría vulnerar el Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL (en lo sucesivo, el “**Código de AUTOCONTROL**”) y solicita al Jurado que declare engañosa la Publicidad Reclamada.

4. Trasladada la reclamación a la empresa anunciante, Vodafone, ésta ha presentado escrito de contestación en plazo. En él sostiene que no puede considerarse que la Publicidad Reclamada sea engañosa por proporcionar el servicio parcialmente a través de cable coaxial, puesto que el propio Jurado y la jurisprudencia han mantenido que no es engañoso calificar una red como fibra óptica cuando la parte principal de la red es fibra óptica, con independencia de que algunas partes menores (como las conexiones con los hogares) no lo sean y se realicen con cable coaxial.

#### II. Fundamentos deontológicos.

1. En atención a los antecedentes de hecho expuestos, esta Sección debe analizar la Publicidad Reclamada a la luz de lo dispuesto en la norma 14 del Código de AUTOCONTROL, que establece lo siguiente:

*“1. Las comunicaciones comerciales no deberán ser engañosas. Se entiende por publicidad engañosa aquella que de cualquier manera induzca o pueda inducir a error a sus destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico, siempre que incida sobre alguno de los siguientes aspectos: (...) b) Las características principales del bien*

*o servicio, tales como su disponibilidad, sus beneficios, sus riesgos, su ejecución, su composición, sus accesorios, el procedimiento y la fecha de su fabricación o suministro, su entrega, su carácter apropiado, su utilización, su cantidad, sus especificaciones, su origen geográfico o comercial o los resultados que pueden esperarse de su utilización, o los resultados y características esenciales de las pruebas o controles efectuados al bien o servicio (...)*”.

Adicionalmente, en la medida en que la Publicidad Reclamada ha sido difundida a través de internet y Vodafone se encuentra adherida al Código Ético de Confianza Online (en adelante, el “**Código de Confianza Online**”), esta Sección debe analizarla también a la luz del artículo 3 del Código de Confianza Online, que establece que:

*“La publicidad en medios electrónicos de comunicación a distancia de las empresas adheridas a este Código, deberá ser conforme a la ley aplicable y al Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL, además de ser leal, honesta y veraz, en los términos en que estos principios han sido desarrollados por el Código de Práctica Publicitaria de la Cámara de Comercio Internacional”.*

2. Como se ha reflejado en los antecedentes de hecho, el particular reclamante considera que la Publicidad Reclamada es engañosa por cuanto oferta un servicio de fibra óptica y, sin embargo, recibe en su domicilio cable coaxial en lugar de fibra.

A fin de acreditar sus argumentos, aporta junto a su reclamación diversos pantallazos de la página *web* de Vodafone, en los que se promociona la fibra óptica en cuestión, así como copia de una resolución dictada por la Subsecretaria de Asuntos Económicos y Transformación Digital del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.

3. Frente a lo anterior, Vodafone defiende que el servicio de fibra publicitado por Vodafone en su página *web* no ha vulnerado en ningún momento lo dispuesto en el Código de AUTOCONTROL.

La reclamada defiende que tanto la doctrina del Jurado de la Publicidad como la jurisprudencia existente en la materia, y que cita en su escrito de contestación, establece que referirse en general a “red de fibra óptica” o “fibra” no contraviene la norma 14 del Código de AUTOCONTROL ni tampoco la normativa aplicable si, como ocurre en el caso de la red de Vodafone, en la citada red se emplea de forma significativa y preponderante la fibra óptica.

4. Pues bien, tal y como indica y acredita Vodafone en su escrito de contestación, es doctrina de este Jurado y de nuestra jurisprudencia que no puede reputarse engañoso calificar una red como fibra óptica cuando la parte principal de la red es fibra óptica. Y ello con independencia de que algunas partes menores (como las conexiones con los hogares) no lo sean y se realicen con cable coaxial (v. SAP Madrid de 7 de octubre de 2016, Resolución de la Sección Quinta del Jurado de AUTOCONTROL de 23 de septiembre de 2010, Resolución del Pleno del Jurado de AUTOCONTROL de 14 de octubre de 2010, Resolución de la Sección Sexta del Jurado de AUTOCONTROL de 29 de junio de 2017 y Resolución de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL de 20 de noviembre de 2019).

Pues bien, en el caso que nos ocupa, el reclamante alega que, pese a anunciarse el servicio promocionado como una red de fibra óptica, la conexión en su hogar se realiza con cable coaxial. Sin embargo, y conforme a las citadas jurisprudencia y doctrina del Jurado, la existencia de un

tramo de cable coaxial en el hogar del reclamante no impediría la calificación de la red como fibra óptica cuando la principal parte de la red es efectivamente de fibra óptica (concretamente, el 95% de la red, según apunta Vodafone).

En este punto, este Jurado debe señalar que no ha lugar a la prueba documental aportada por el reclamante consistente en la resolución de la Subsecretaría de Asuntos Económicos y Transformación Digital del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, por cuanto, como bien indica Vodafone en su escrito de contestación, dicho documento responde a una controversia distinta y no extrapolable a la que aquí se resuelve, tanto a nivel sustantivo como competencial.

En consecuencia con cuanto ha sido expuesto, este Jurado debe considerar que la Publicidad Reclamada no vulnera la norma 14 del Código de AUTOCONTROL ni el artículo 3 del Código de Confianza Online por ninguno de los aspectos que el particular alega en su escrito de reclamación.

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

#### ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por un particular frente a una publicidad de la que es responsable la empresa Vodafone España, S.A.U.