

ASUNTO Nº: 066/R/ABRIL 2004

AUC vs. PYMES INFORMÁTICA, S.A.

(“Bosslan”)

En Madrid, a 24 de mayo de 2004, reunida la Sección Quinta del Jurado de Autocontrol, Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, presidida por _____, para el estudio y resolución de la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación contra una publicidad de la que es responsable la empresa PYMES INFORMÁTICA, S. A. emite la siguiente

RESOLUCIÓN

I.- Antecedentes de hecho.

1.- El pasado día 16 de abril de 2004, la Secretaría de Confianza Online ha trasladado a Autocontrol (de conformidad con el artículo 31 del Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva) una reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en lo sucesivo, AUC), contra un anuncio difundido mediante correo electrónico del que es responsable la empresa Pymes Informática, S.A. (en lo sucesivo, Pymes Informática).

2.- El correo electrónico enviado por Pymes Informática, cuyo asunto era “Suscripción vigente”, informaba a la Asociación reclamante que ésta se encontraba suscrita para recibir información periódica de los productos de comunicaciones BOSSLAN. Además, ofrecía la posibilidad de cancelar la suscripción pulsando en un link. En ninguna parte del correo electrónico figura la palabra publicidad.

3.- La reclamante mantiene que, según la normativa vigente, los mensajes publicitarios a través del correo electrónico requieren de consentimiento expreso por el receptor o, en su defecto han de responder a una relación comercial previa del receptor y el oferente, habiendo incurrido la entidad reclamada en un ilícito al no darse ninguna de estas condiciones.

De este modo, AUC sostiene que la publicidad reclamada incumple lo ordenado por el artículo 21 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico, que prohíbe cualquier tipo de comunicación publicitaria o promocional por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente que previamente no hubieran sido solicitadas o expresamente autorizadas por los destinatarios de las mismas. Asimismo, entiende AUC que se infringe el artículo 20 de la referida Ley, puesto que éste establece que

las comunicaciones comerciales realizadas por vía electrónica deberán ser claramente identificables como tales.

Por todo ello, la publicidad reclamada vulnera los artículos 5 y 9.1 del Código Ético de Comercio Electrónico y Publicidad Interactiva.

En consecuencia, AUC solicita que el Jurado declare ilícita la publicidad reclamada y requiera a BOSSLAN para el cese inmediato de la misma.

4.- Habiéndose dado traslado de la reclamación a Pymes Informática, esta compañía remitió escrito de contestación con fecha de 3 de mayo de 2004, en el que manifestaba que no ha actuado de mala fe y que el correo electrónico cuestionado no es publicitario, sino informativo, pues en el mismo se informa al destinatario de que se encuentra inscrito en su antigua base de datos, facilitándosele la posibilidad de continuar inscrito en la nueva, y si no lo desea podrá darse de baja con un simple clic.

II.- Fundamentos deontológicos.

1.- A la vista de los hechos expuestos, cabe señalar que la controversia sobre la que debe pronunciarse esta Sección del Jurado es la de determinar si el envío del mensaje de correo por parte de la empresa reclamada al correo electrónico auc@auc.es es lícito.

2.- Debe subrayarse, en todo caso, que tanto el Código ético sobre publicidad interactiva y comercio electrónico como la Ley sobre servicios de la sociedad de la información exigen el consentimiento expreso del destinatario únicamente para el envío a éste de correos de naturaleza publicitaria. Pues bien, en el presente caso, esta Sección del Jurado ha analizado el correo electrónico que según AUC se ha utilizado como soporte para la difusión de un mensaje publicitario. A este respecto, debe señalarse que, en el mismo no se hace referencia a productos o servicios que puedan ser objeto del mensaje publicitario. La simple presencia del logotipo de la empresa remitente del mensaje no es suficiente para entender que nos encontramos ante el supuesto de un mensaje publicitario on-line. Además, en el mensaje se subraya un link al que el destinatario puede acceder con un simple clic para cancelar su suscripción a una base de datos para el envío de publicidad on-line. Elemento que no deja lugar a dudas de la función informativa (y no publicitaria) de este mensaje. No nos encontramos, en definitiva, ante un mensaje publicitario, sino ante un mensaje puramente informativo remitido al destinatario para informar a éste de la posibilidad de cancelar una suscripción a una determinada información electrónica.

3.- A la luz de estas circunstancias, procede la desestimación de la reclamación planteada, toda vez que el mensaje remitido a la entidad reclamante, en la medida en que no tiene naturaleza publicitaria, no infringe lo dispuesto en el Código ético sobre comercio electrónico y publicidad interactiva o en la Ley sobre servicios de la sociedad de la información.

Por todo ello, la Sección Quinta del Jurado de Autocontrol

ACUERDA

Desestimar la reclamación presentada por la Asociación de Usuarios de la Comunicación, contra un mensaje de correo electrónico del que es responsable la entidad Pymes Informática, S.A.