**VODAFONE LIMITA SU PUBLICIDAD EN MEDIOS CON NOTICIAS FALSAS O QUE FOMENTEN EL ODIO**

* **Esta nueva política busca asegurar transparencia e integridad en sus inversiones publicitarias**

**Madrid, 6 de junio de 2017.-** El Grupo Vodafone anuncia nuevas reglas globales para frenar la publicidad en medios de comunicación que promuevan y compartan contenidos que fomenten el odio y las noticias falsas. La actualización de esta política, efectiva desde hoy, afecta a todos los mercados de la operadora y busca asegurar transparencia e integridad a la hora de diseñar sus inversiones en publicidad, de forma que sus anuncios no aparezcan junto a estos contenidos.

**Contexto: el mercado de publicidad digital**

En la última década, el rápido crecimiento de la publicidad digital o programática ha ofrecido a grandes marcas como Vodafone la oportunidad de alcanzar directamente a consumidores y empresas online. Más recientemente, la industria publicitaria y los proveedores de publicidad digital como Google y Facebook han desarrollado tecnologías que automatizan la publicidad utilizando algoritmos para llegar a determinados grupos de población mientras navegan, de una forma dinámica e individualizada.

La automatización de la publicidad es una herramienta muy poderosa pues permite a las compañías centrar sus inversiones en segmentos de clientes muy concretos, si bien en algunos casos puede llevar a resultados no deseados y potencialmente dañinos, como anuncios publicados junto con contenido ofensivo. Además, las tecnologías de automatización digital pueden suponer una importante fuente de ingresos para medios centrados en noticias dañinas o falsas.

Las marcas como Vodafone corren por tanto el riesgo de publicitarse en medios cuyos valores son totalmente contrarios a los suyos.

En palabras de Vittorio Colao, CEO del Grupo Vodafone, “el discurso del odio y las noticias falsas hacen peligrar los principios de respeto y confianza sobre los que se fundamenta nuestra sociedad. Vodafone está muy comprometida con la diversidad y la inclusión y valoramos la integridad de las instituciones y procesos democráticos objeto en ocasiones de noticias falsas. No podemos tolerar que nuestra marca se asocie en modo alguno con contenidos abusivos o dañinos”.

**Las normas globales de Vodafone**

Las nuevas directrices se añaden a las ya vigentes que atañen a la relación de Vodafone con los medios en los que se anuncia y que establecen, por ejemplo, la prohibición de condicionar la opinión editorial o la aparición de noticias sobre la compañía al presupuesto designado a un medio concreto *(“Vodafone no puede amenazar con retirar su publicidad de aquellos medios que critican a Vodafone ni condicionar el trato editorial a la inversión en publicidad”).*

Gracias a controles de contenido implementados por la red de agencias de publicidad global de Vodafone (encabezada por WPP), Google y Facebook, Vodafone ha diseñado una “lista blanca” de medios en los que puede anunciarse, en contraposición al concepto tradicional de “lista negra”. Estos controles aseguran que los anuncios de Vodafone solo se muestren en medios identificados como “no inclinados a incluir contenido dañino”. Una agencia externa se asegurará de la actualización de la lista blanca y de que su extensión sea la apropiada.

***ANEXO: “Límites a la publicidad en medios que fomenten el odio y las noticias falsas”***

*Vodafone, las compañías terceras que actúen en su nombre y sus proveedores de publicidad (entre los que se incluyen Google y Facebook) deben tomar todas las medidas que estén en su mano para asegurar que Vodafone no se publicita en medios que fomenten el odio y las noticias falsas. Dentro de esta categoría se incluyen aquellos medios cuya misión principal es la de divulgar contenidos que:*

* *De forma intencionada busquen degradar a mujeres o a minorías vulnerables*
* *Se presenten como noticias reales (no se incluyen sátiras u opiniones) sin fuentes primarias creíbles y que tienen una clara intención de desinformar.*

*Téngase en cuenta que:*

* *El término “medio de comunicación” se extiende a publicaciones online, redes sociales, canales digitales, impresos o de difusión y páginas web.*
* *El término “publicidad” engloba todas las formas de promoción de marca, incluyendo anuncios, patrocinios y acuerdos de co-marketing*
* *Estas normas afectan a todas las marcas de Vodafone, marcas subsidiarias, joint ventures y segundas marcas.*

*Las definiciones anteriores de fomento del odio y noticias falsas aplican a un medio en su conjunto. La clasificación depende de si el propósito principal del medio es el de comunicar este tipo de material dañino. Un medio que publique algún contenido falso o que incite al odio, pero que la mayoría de su contenido no pueda considerarse tal, no debe ser categorizado fuera de la “lista blanca” objeto de esta norma.*

*Estas reglas han sido diseñadas para proteger la integridad de la marca de Vodafone y afectan exclusivamente a la inserción de publicidad. En ningún caso, debe ser motivo para restringir el acceso de los usuarios, que deben ser libres de crear, ver y compartir cualquier contenido legal que deseen. Para más información sobre los Principios de Libertad de Expresión de Vodafone, visita:* [*http://www.vodafone.com/content/index/about/sustainability/law\_enforcement.html*](http://www.vodafone.com/content/index/about/sustainability/law_enforcement.html)