

Más por Menos
No encontrarás otro Metro en el mundo, que te ofrezca tanto por tan poco.

COMPARATIVA con otros Metros del Mundo

MADRID	1,50 €	BERLÍN	2,30 €
PARÍS	1,70 €	AMSTERDAM	2,60 €
NEW YORK	1,83 €	OSLO	3,61 €
ESTOCOLMO	2,20 €	LONDRES	4,64 €

Handwritten notes on the advertisement:
SALARIOS MÍNIMOS
ESPAÑA → 641
ALEMANIA → 1309
ALEMANIA → 1500
NORUEGA → 2000
MÁS CASAS por menos dinero
OCIOSOS
MÁS ESPERANZA

Metro de Madrid. El mejor Metro del mundo. Utilízalo.

Imagen de la campaña de Metro considerada “engañosa” por el organismo regulador Autocontrol en una estación madrileña. / SANTI BURGOS

La campaña de Metro es “engañosa”

El organismo regulador Autocontrol cree que no se pueden comparar billetes de capitales con servicios distintos, pero no ve confuso que omita salarios

M. Á. MEDINA / P. ÁLVAREZ
Madrid

La campaña *Más por menos* con la que Metro de Madrid ha decorado pasillos, vagones y bocas del suburbano es “engañosa”. Así lo considera Autocontrol, una asociación de anunciantes que regula la publicidad, en un dictamen realizado tras la petición de miles de internautas que reclamaron que se retirara el eslogan que compara el precio del billete sencillo de Madrid con el de otras capitales del mundo.

La campaña, que ha recibido una gran contestación en las redes sociales y suma más de 24.000 firmas en contra en la plataforma de activismo en Internet Actuable, lleva instalada en Metro desde el pasado diciem-

bre. La empresa pública, que se ha negado reiteradamente a informar del coste de la campaña, subió en agosto un 50% el billete sencillo del suburbano, que pasó de costar un euro a 1,50.

El dictamen de Autocontrol, que no es vinculante, considera engañosa esta campaña “porque la comparación de precios en la publicidad analizada no se lleva a cabo en términos homogéneos”. Los paneles informan del precio del billete sencillo en la capital madrileña (1,50 euros) y el de otras ciudades, como París (1,70), Nueva York (1,83), Oslo (3,61) y Londres (4,64).

“Las prestaciones de los billetes comprados no son las mismas”, prosigue el dictamen del organismo, que se ha pronunciado tras la petición de Actuable.

“El billete sencillo de Madrid permite realizar un único viaje”, señala Autocontrol, mientras que en otras ciudades se puede “viajar durante todo el día” además de hacer transbordos combinados con líneas de tren o de autobús. El organismo considera que los viajeros “pueden verse inducidos a error” en esta campaña, además de señalar que el engaño “se encuentra intensificado por la utilización del eslogan *Más por menos*”.

Metro no da información del coste de esa campaña alegando que se ha hecho con recursos propios. Y rechaza retirarla, a pesar de las protestas. Los eslóganes se mantendrán hasta finales de enero, como habían previsto antes de la polémica. “Es una campaña informativa destinada

al usuario”, señala un portavoz de la empresa pública. Autocontrol emite resoluciones que son de obligado cumplimiento para sus socios (entre los que no se encuentra Metro) y dictámenes a petición de particulares, como ha ocurrido en este caso.

El informe de Autocontrol, organismo integrado por más de 300 socios que aglutinan el 70% de la inversión publicitaria de España, no ve confusa la “omisión de cualquier referencia al nivel de vida” en la campaña. Muchas de las pintadas de protesta que aparecieron en los paneles hacían referencia a los sueldos que se cobran en las distintas ciudades utilizadas en la campaña. La ausencia de esa información no supone “engaño a los consumidores”, concluye el dictamen.