

Telefónica

Normativa de Comunicación Responsable del Grupo Telefónica



Norma corporativa

Aprobada por Comité Ejecutivo en su reunión del octubre 2018.

Telefónica, S.A.

2ª Edición – mayo de 2020

CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Elaborado por	Cambios realizados	Aprobado por	Fecha vigencia
2018	Global Corporate Ethics and Sustainability Department	NUEVA	Comité Ejecutivo	Octubre
2020	Global Corporate Ethics and Sustainability Department	Redacción apartado; "Nuestra Comunicación hacia Clientes y a través de la Publicidad"	Global Corporate Ethics and Sustainability Department	Mayo

Índice

1. INTRODUCCIÓN	4
2. Objeto y alcance de esta normativa	4
3. Principios de comunicación	5
3.1. Principios generales.....	5
3.2. Nuestra comunicación hacia clientes y a través de publicidad.....	5
3.3. Comunicación hacia otros grupos de clientes.....	6
3.4. Comunicación a través de redes sociales	6
3.5. Generación de contenidos.....	7
3.6. Cuando emitimos publicidad de terceros.....	7
4. El comité de Crisis Reputacional	7
5. Canal de Negocio Responsable	8
6. Implementación de la normativa	8

1. INTRODUCCIÓN

La comunicación siempre ha sido muy importante en la vida de las personas y las empresas, pero con la llegada de internet, las aplicaciones, las redes sociales, los contenidos autogenerados, etc., la comunicación ha crecido exponencialmente. Telefónica es una compañía tecnológica que se dedica a la comunicación: nuestro objetivo siempre ha sido hacer posible que las personas se pudiesen comunicar, facilitando conexiones ágiles y rápidas, y más adelante generando contenidos.

La necesidad de las personas de comunicarse y de poder consultar y crear contenidos también ha crecido: queremos poder comunicarnos de forma continua a través de aplicaciones móviles, conectarnos para entretenernos y conocer lo que está pasando en el mundo en tiempo real. Esta mayor dependencia de la comunicación nos ha mejorado y facilitado mucho la vida, pero también genera algunas preocupaciones en la sociedad, sobre los principios éticos aplicados por todos cuando se promueve la comunicación, se generan canales de comunicación o se crean contenidos.

Telefónica es consciente de los dilemas que presenta una conectividad continua y asume su responsabilidad en esta materia a través de sus Principios de Negocio Responsable, que guían a nuestros empleados y socios sobre cómo debemos llevar a cabo nuestro negocio. En materia de comunicación responsable, nuestros Principios dicen:

“Promovemos la libertad de expresión, el pluralismo, la diversidad y asumimos los compromisos de información veraz, educación e inclusión. Como compañía que no sólo se dedica a facilitar la comunicación, sino también a generar contenidos de entretenimiento, culturales, deportivos, publicitarios y de otro tipo que pueden generar impacto e influencia en la sociedad, asumimos nuestra responsabilidad en promover una comunicación responsable”.

2. Objeto y alcance de esta normativa

El objeto de esta Política es el establecimiento de unas pautas de actuación para nuestra compañía y nuestros empleados en torno a nuestros canales de comunicación y la generación de contenidos. Se trata de pautas generales, que definen un marco ético para el grupo Telefónica que se podrán desarrollar con más detalle en cada una de las operadoras que forma parte del grupo.

La presente Política tiene el carácter de Política corporativa y, por lo tanto, es de aplicación a todas las sociedades del Grupo Telefónica.

Telefónica, S.A., en su condición de sociedad cabecera del Grupo, es la responsable de establecer las bases, los instrumentos y los mecanismos necesarios para una adecuada y eficiente coordinación entre esta Sociedad y las demás sociedades que integran su Grupo;

Dirección Global de Ética Corporativa y Sostenibilidad, Telefónica S.A.

todo ello sin perjuicio ni merma alguna de la capacidad de decisión autónoma que corresponde a cada una de dichas sociedades, de conformidad con el interés social propio de cada una de ellas y de los deberes fiduciarios que los miembros de sus órganos de administración mantienen hacia todos sus accionistas.

3. Principios de comunicación

3.1. Principios generales

De forma general, Telefonica promueve una comunicación basada en los siguientes Principios:

- **Legalidad:** cuando comunicamos contenidos, ya sean nuestros o de terceros, promovemos y respetamos el cumplimiento con la legislación nacional e internacional que nos son aplicables, y de forma especial los derechos humanos internacionalmente reconocidos por la Declaración Universal de los Derechos Humanos y la normativa que protege la Propiedad Intelectual. Asimismo, evitamos las comunicaciones o contenidos que inciten a comportamientos ilegales, a la violencia, a la discriminación o exclusión por razón de género, religión, raza, condición económica, educación u orientación política o sexual.
- **Integridad y transparencia:** somos íntegros y respetuosos en nuestras comunicaciones y contenidos, evitando en todo caso el empleo de omisiones, ambigüedades o cualquier otra forma que pueda llevar a engaño o error.
- **Neutralidad:** evitamos posicionarnos políticamente como compañía y promovemos el derecho a la libertad de expresión, dentro de los marcos regulatorios a los que estamos sometidos.
- **Protección de menores:** tenemos un compromiso especial con los menores y los jóvenes. Nuestras comunicaciones no atentan contra los derechos personales de los menores (honor, intimidad y propia imagen). Cuidamos que las mismas no tengan un impacto negativo en los derechos del niño y que contribuyan a protegerles de contenidos y comunicaciones que puedan causarles daños físicos, morales o psicológicos. Colaboramos con iniciativas de protección al menor como la eliminación de contenidos de pornografía infantil, cuando la legislación en el país nos lo permite, e iniciativas que promueven un uso responsable de la tecnología por parte de los menores.

3.2. Nuestra comunicación hacia clientes y a través de publicidad

En nuestras comunicaciones hacia clientes procuramos que la información sea completa, suficiente y detallada evitando lenguaje técnico y letra pequeña, y damos toda la información necesaria para que se entiendan las condiciones de nuestras ofertas.

Dirección Global de Ética Corporativa y Sostenibilidad, Telefónica S.A.

Respetamos y promovemos los valores recogidos en nuestros Principios de Negocio Responsable, y nuestra Política de Diversidad. En todo caso nuestros mensajes publicitarios y nuestros patrocinios:

- *No abusarán de la buena fe del consumidor;*
- *No atentarán contra la dignidad de las personas;*
- *No incorporarán mensajes o imágenes que fomenten el consumo del alcohol, el tabaco, las drogas, los trastornos alimenticios o el terrorismo;*
- *Nunca incitarán al odio, a la violencia o a la discriminación ya sea por razón de raza, nacionalidad, religión, género, u orientación sexual; promovemos la utilización de un lenguaje neutro y no sexista;*
- *No incitarán a la comisión de comportamientos ilegales o comportamientos que perjudiquen al medioambiente;*
- *No abusarán de la ingenuidad de los menores de edad.*

Procuramos evitar la emisión de mensajes publicitarios de Telefónica durante programas o en canales que no estén alineados con nuestros valores y nuestros Principios de Negocio Responsable.

Estas directrices quedan reflejadas en los contratos con las agencias de publicidad o medios con los que trabajamos.

3.3. Comunicación hacia otros grupos de clientes

Compartimos información veraz, completa, oportuna y clara con nuestros grupos de interés y en los informes que registramos ante los pertinentes Organismos Supervisores de los Mercados de Valores, así como en otras comunicaciones públicas de la Compañía.

Los mensajes transmitidos en nombre de Telefónica o cualquiera de sus marcas comerciales deben recoger el posicionamiento oficial de la compañía, evitando en todo momento opiniones personales de los empleados o de las personas externas hablando en nombre de Telefónica. La persona emitiendo el mensaje deberá estar autorizado para hacerlo.

No divulgamos información reservada y/o restringida, tal como viene definido en el Reglamento de Clasificación y Tratamiento de la Información.

3.4. Comunicación a través de redes sociales

Promovemos el uso de las redes sociales para comunicarnos con los clientes y con la sociedad, ya que son una herramienta indispensable para llevar a cabo una escucha activa y una relación de confianza con el consumidor.

Siguiendo lo establecido en nuestro Reglamento de Redes Sociales (actualizar), la comunicación a través de redes sociales en nombre de Telefónica o cualquiera de sus marcas comerciales deberá:

Dirección Global de Ética Corporativa y Sostenibilidad, Telefónica S.A.

- Cumplir con el principio de uso responsable de los activos de Telefónica: en ningún caso se transmitirán mensajes ofensivos o difamatorios hacia empleados, clientes u otras personas.
- Evitar contenidos que intimiden, hostiguen, abusen o amenazan a cualquier persona o entidad.
- Evitar mezclar los mensajes emitidos en nombre de Telefónica o cualquiera de sus marcas comerciales, con opiniones o posicionamientos personales.

3.5. Generación de contenidos

3.5.1. Cuando generamos o ponemos a disposición del consumidor servicios audiovisuales nos guiamos por los mismos principios generales de legalidad, integridad y transparencia, neutralidad y protección de menores.

No incorporamos en nuestros contenidos mensajes o imágenes que fomenten el consumo del alcohol, el tabaco, las drogas, los trastornos alimenticios, o que hacen apología de la violencia o el terrorismo.

Procuramos asimismo promover los valores recogidos en nuestros Principios de Negocio Responsable, como la diversidad, la integración de personas que sufran algún tipo de discapacidad y la protección del medioambiente.

3.5.2. Clasificación de contenidos: con el objetivo de proteger a menores y jóvenes de contenidos inadecuados, Telefónica clasifica los contenidos que genera, de manera visible y fácilmente entendible y siempre en cumplimiento de los criterios de clasificación aplicables en cada país. Cuando emitimos contenidos de terceros a través de canales propios, nos aseguramos de que todos los contenidos estén clasificados.

3.6. Cuando emitimos publicidad de terceros

Cuidamos de que la publicidad de terceros que emitimos:

- No contenga mensajes que inciten a la discriminación, el odio, la violencia o comportamientos ilegales
- Sea adecuada para la clasificación de edad del contenido al que va vinculada.
- y respete los códigos de conducta o de autorregulación referentes a la publicidad de determinados bienes o servicios.

4. El Comité de Crisis Reputacional

Cuando surge una situación en la que la reputación o imagen de la compañía o cualquiera de sus marcas comerciales pueda sufrir un impacto reputacional negativo, se seguirá el procedimiento previsto en el Sistema Global de Gestión de Crisis. El Director de Comunicación (o la persona encargada de la comunicación) de la compañía en cuestión notificará al

Dirección Global de Ética Corporativa y Sostenibilidad, Telefónica S.A.

Presidente del Comité de Crisis con el objetivo de iniciar el proceso establecido en la norma del Sistema Global.

Si se decide convocar el Comité de Crisis, este comité tendrá una composición multidisciplinar y contará en todo caso de los responsables de relaciones institucionales, marketing y sostenibilidad, así como los responsables de las áreas en cuyo seno se haya generado la situación de riesgo.

El Comité de Crisis Reputacional deberá:

- Analizar la situación de riesgo y los posibles impactos de la misma
- Diseñar e implementar un plan de comunicación que tiene por objetivo mitigar el impacto negativo en la reputación de la compañía, asignando a cada área implicada su rol.
- Reportar al comité ejecutivo, las veces que el comité ejecutivo lo requiera.
- Llevar a cabo un análisis a posteriori, con el objetivo de evitar el riesgo y mejorar la gestión comunicacional de este tipo de crisis a futuro.

5. Canal de Negocio Responsable

Telefonica pone a disposición de sus grupos de interés un canal de comunicación que permite el reporte de consultas, peticiones o cualquier otro aspecto relacionado con el cumplimiento de los Principios de Negocio Responsable y sus políticas y normativas asociadas, y más específicamente esta Política. Todas las comunicaciones que llegan a través de este canal se tratan de acuerdo con los principios de respeto, confidencialidad, fundamento y exhaustividad. En caso de tratarse de alguna presunta irregularidad o acto contrario a la legalidad o a las normas internas éstas se tramitarán conforme a lo establecido en la Política de Gestión del Canal de Denuncias de Telefónica.

6. Implementación de la normativa

Esta normativa deberá implementarse en cada operación a través de instrucciones dirigidas a las áreas que llevan a cabo actividades de comunicación, patrocinio o atención al cliente, así como a las áreas de compras, comunicación, marketing y en su caso contenidos, en lo que se refiere a la incorporación de los compromisos de esta política en los contratos con proveedores y aliados.

Cada área de la compañía velará por el cumplimiento de esta normativa en la medida en que incide en su ámbito de gestión.

Esta Normativa entra en vigor el día siguiente a la fecha de su aprobación.