

TABACALERA, CONDENADA POR PUBLICIDAD ILÍCITA

La sentencia, a instancias de la Asociación de Usuarios de la Comunicación, considera la promoción de un compact-disc como publicidad indirecta de tabaco

La campaña televisiva de “Duca-2 Music” dedicada a promocionar el compact-disc *Carácter Latino* es publicidad ilícita de la marca de cigarrillos Ducados, según una sentencia del Juzgado de Primera Instancia de Madrid pronunciada a raíz de una denuncia de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC).

La sentencia fundamenta su fallo en las evidentes similitudes que existen entre las marcas Duca-2 y Ducados; entre el título del compacto (*Carácter latino*) y el eslogan de la publicidad de los cigarrillos empleado en prensa y vallas (*Sabor latino*), e incluso entre los tonos de color y el tipo de imágenes utilizadas por ambas marcas.

La condena, que se hace extensiva a la sociedad titular del sello discográfico y a la editora del compact, considera que el anuncio de Duca-2 ni sólo es publicidad indirecta de tabaco sino también publicidad desleal, practicas ambas expresamente prohibidas por la legislación española y europea. Por ello obliga a las empresas demandadas a cesar en dicha publicidad y a no realizar en lo sucesivo publicidad indirecta de cigarrillos.

La Asociación de usuarios de la Comunicación (AUC) considera que esta sentencia es de una gran importancia, ya que establece un precedente para evitar el fraude de ley que algunas marcas de tabaco y alcohol de más de 20 grados vienen realizando de forma sistemática a través de la publicidad televisiva. Ya en el año 97 la AAP, instancia de autorregulación creada por cadenas, anunciantes y medios, estimó una reclamación presentada por AUC en el mismo sentido, que fue aportada como prueba en la demanda que ahora se resuelve.

La AUCh ha denunciado en repetidas ocasiones el abusivo que supone la presencia indirecta en las pantallas de productos y marcas cuya publicidad. E incluso ha conseguido que se introduzcan algunas enmiendas a la Ley que regula la actividad televisiva, aprobada hace escasos días en el Congreso, con el fin de que la prohibición de la publicidad indirecta de estos productos prohibidos sea aún más clara.

Qué dice la Ley

La sentencia contra Tabacalera se fundamenta en los siguientes preceptos legales:

- La Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, prohíbe “la publicidad de tabaco y la de bebidas con graduación alcohólica superior a 20 grados centesimales por medio de la televisión”. En este mismo artículo, el legislador manifiesta su intención de evitar “la inducción directa o indirecta” al su consumo indiscriminado.
- Por su parte, la Ley 25/94, que incorporó al ordenamiento jurídico español la Directiva de la televisión sin Fronteras, prohíbe la publicidad indirecta de cigarrillos y demás productos del tabaco (art. 10.a), entendiéndose como publicidad indirecta “aquella que sin mencionar directamente los productos utilice marcas, símbolos u otros rasgos distintivos de tales productos o de empresas cuyas actividades principales o conocidas incluyan su producción y comercialización” (3.d)
- Finalmente, la citada Ley General de Publicidad considera desleal aquella publicidad que “induce a confusión con las empresas, actividades, productos, nombres, marcas u otros signos distintivos de los competidores, así como la que haga uso injustificado de la denominación, siglas, marcas o distintivos de otras empresas o instituciones y, en general, la que sea contraria a las normas de corrección y buenos usos mercantiles”(art.6.b)