

**ILMO. D. FRANCISCO ROS PERAN  
SECRETARIO DE ESTADO DE TELECOMUNICACIONES  
SECRETARÍA GENERAL DE COMUNICACIONES  
MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO  
Pº DE LA CASTELLANA, 160  
28071 MADRID**

Madrid, a 9 de Abril de 2007

**ILMO SR.:**

**ALEJANDRO PERALES ALBERT**, mayor de edad, con DNI número 2.702.058-H, en nombre de la **ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC)**, con domicilio social en 28007 – Madrid, c/ Cavanilles, nº 29 –2º D., cuya representación ostenta en virtud del cargo de Presidente de la misma, ante el Ilmo. Sr. Secretario General de Comunicaciones del Ministerio de Ciencia y Tecnología comparece y, como en mejor en Derecho proceda,

**EXPONE:**

**PRIMERO**.- Que la ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC) es una organización sin ánimo de lucro, constituida al amparo de lo previsto en la ley 26/84 General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Se encuentra inscrita en el Registro de Asociaciones de Consumidores del Instituto Nacional de Consumo.

**SEGUNDO**.- Que su labor de vigilancia y denuncia de los incumplimientos de la legislación que regula la actividad televisiva se basa, entre otras normas, en la propia Ley 26/1984, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios; en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad; en la Ley 25/1994, modificada por la Ley 22/1999, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva; en la Ley 30/1992 en relación con el artículo 11-2 del Real Decreto 1.398/1993, de 4 de agosto, que aprueba el Reglamento para el ejercicio de la potestad sancionadora.

De acuerdo con esa labor, la AUC quiere poner en conocimiento de esta Secretaría General los siguientes

## HECHOS

**PRIMERO**.- Que el operador de televisión TVE retransmitió el pasado 28 de marzo a través de su cadena La Primera un partido de fútbol entre las Selecciones de España e Islandia.

**SEGUNDO**.- Que en el transcurso de dicha retransmisión se emitieron diferentes mensajes publicitarios y promocionales a través de transparencias. Entre ellos pueden mencionarse los de las bebidas alcohólicas Garvey 19º, Fino San Patricio y Manzanilla Juncal, así como los relativos a otros bienes y servicios como La Caixa, Canal +, Junkers, Euromas, Activa, Brother o Balay y un concurso del operador para participar a través de SMS que podría considerarse como televenta.

**TERCERO**.- Que dichos mensajes utilizan en algunos casos imágenes de animación, como ocurre con Garvey 19º, Manzanilla Juncal y Fino San Patricio o La Caixa, y en otros se emite la publicidad mediante transparencia en momentos en los que el partido no se encuentra detenido, como ocurre con Canal +, Junkers, Euromas, Activa, Brothers, Balay o el mencionado concurso a través de SMS.

Considera la ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC) que a los citados mensajes publicitarios les resultan de aplicación las siguientes,

## CONSIDERACIONES JURIDICAS

**PRIMERO**.- La Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva modificada por Ley 22/1999, de 7 de junio, por la que se incorpora al ordenamiento español la directiva 97/36/CE, prohíbe en su artículo 10 .1 *“cualquier forma directa o indirecta de publicidad y de televenta de bebidas con graduación alcohólica superior a veinte grados centesimales”*, entendiéndose como indirecta según el artículo 3 e) de la mencionada Ley *“aquella que sin mencionar directamente los productos, utilice marcas símbolos u otros rasgos distintivos de tales productos o empresas cuyas actividades principales o conocidas incluyan su producción o comercialización.”*

Parece claro, en este sentido, que el legislador considera que un mensaje publicitario y/o promocional, puede ser explícito o implícito, éste último cuando se da la circunstancia de mencionarse o mostrarse elementos formales de definición de una determinada oferta (marca, símbolos que se asocian con un determinado producto, rasgos indubitables, etc.) aunque el mensaje publicitario no se refiera expresamente a dicha oferta. Dicho de otro modo, cuando varios productos comparten marca u otros rasgos identificativos total o parcialmente, aunque el mensaje publicitario sólo se refiera expresamente a uno de ellos (el publicitado de forma directa), la marca (significante) se asocia también a los otros productos (significados) por parte de los receptores del mensaje, existiendo por tanto publicidad indirecta de los mismos. Puede afirmarse que incluso el producto no directamente publicitado puede ser asociado al mensaje publicitario por parte de los receptores del mensaje en mayor medida que el producto directamente publicitado si tiene para éstos una mayor notoriedad debido a su mayor implantación en el mercado, mayor realidad comercial, mayor tiempo de comercialización, etc.

Esto es lo que ocurre en el caso de GARVEY, en el que, los brandies del Grupo de más de 20º centesimales utilizan esa marca (Espléndido, Gran Garvey) son los productos verdaderamente conocidos por los consumidores, y no el producto anunciado cuya realidad comercial es en el mejor de los casos muy limitada y escasa.

A mayor abundamiento, cabe señalar que por lo que respecta a la publicidad de otros productos del Grupo como Fino San Patricio y Manzanilla Juncal o Ponche Soto, la marca GARVEY acaba apareciendo en pantalla de forma diferenciada y en solitario, asociándose por tanto también de forma indirecta a las bebidas de más de 20º arriba mencionadas.

**SEGUNDO.**- Por otro lado, desde el punto de vista formal, la mencionada Ley 25/1994, en su artículo 11, permite insertar mensajes publicitarios durante la retransmisión de acontecimientos deportivos utilizando transparencias o cualquier otro tratamiento de la imagen, pero únicamente en aquellos momentos en los que el desarrollo del acontecimiento retransmitido se encuentre detenido, no se perturbe la visión del acontecimiento, no se empleen transparencias que ocupen más de una sexta parte de la pantalla, y el mensaje consista exclusivamente en textos escritos sin contener otras imágenes reales ni de animación que el logotipo estático de la marca.

De acuerdo con lo señalado en la exposición de los hechos, en la retransmisión deportiva de referencia se han visionado anuncios por transparencia tanto en momentos en los que el encuentro no se encontraba detenido como con imágenes de animación (la pelota que se transforma en logo en el caso de Garvey 19º; la copa con el líquido en movimiento en el caso de Fino San Patricio y Manzanilla Juncal)

**TERCERO.**- El artículo 20 de la mencionada Ley 25/1994 considera en su apartado 2 infracción grave “*la contravención de las obligaciones y prohibiciones establecidas*” entre otros en los artículos 10 y 11, señalando en el apartado 3 que dichas infracciones graves “*serán sancionadas con multa de hasta 50.000.000 de pesetas*”.

Por todo lo expuesto,

**SOLICITA A V.I.** que tenga por presentado este escrito, por formulada denuncia y por solicitada la incoación de un expediente administrativo sancionador por la comisión de una infracción grave al operador de televisión TVE cuyo relato fáctico y fundamentos jurídicos se han descrito en el cuerpo de este escrito, se sirva admitirlo, y previos los trámites oportunos, se proceda:

1º) a acordar la incoación del expediente administrativo sancionador en el que se impute la comisión de una infracción de la Ley 25/1994 modificada por la ley 22/1999, consistente en emitir publicidad ilícita, a la entidad operadora de la prestación del servicio público de televisión arriba señalada, de acuerdo con lo que establece el artículo 19 de la citada Ley donde se señala que *"las funciones de inspección y control, en el caso de los servicios de televisión contemplados en el párrafo anterior, se ejercerán por el Ministerio de Fomento"* en el caso de aquellos operadores de televisión cuya cobertura de emisión excede al territorio de una Comunidad Autónoma.

2º) a tener como parte interesada en el ejercicio de legítimos intereses colectivos de los consumidores y usuarios a AUC, dado que se está ante la protección de un derecho básico y prioritario de los consumidores como es el de la protección de la salud y la seguridad de las personas. Igualmente, a ser considerada como parte en el expediente, y a que se le dé traslado y copia de todas y cada una de las actuaciones que deriven en su día de este expediente.

3º) a que en su día, tras la sustanciación del correspondiente expediente administrativo sancionador, y previa calificación de la infracción cometida como grave, se imponga la sanción que corresponda.

Fdo: Alejandro Perales Albert  
Presidente de AUC