

D. ENRIQUE AGUIRRE DE CÁRCER
SECRETARIO
COMISION DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL
MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA
EDIFICIO PORTAVOZ DEL GOBIERNO-LA MONCLOA

Madrid, a 14 de enero de 2008

Me dirijo a usted en mi calidad de Presidente de la **ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC)** para poner en su conocimiento los siguientes hechos:

Desde hace varios meses viene emitiéndose en la televisión pública autonómica de la Comunidad Valenciana una publicidad institucional relativa al trasvase del Ebro en las que se exponen una serie de argumentaciones en contra de dicho trasvase.

Esta publicidad, bajo el eslogan de *"claro como el agua"*, señala entre otros extremos que la Comunidad Valenciana es *"la que utiliza el agua de forma más justa y eficiente"* de todas las de España y que el premio que recibe *"en agradecimiento"* es *"permitir que el río Ebro siga vertiendo toda su agua al mar"*.

El mencionado anuncio, finaliza con una pregunta retórica del tenor literal siguiente: *"Si el agua dulce del río se convierte en salada al llegar al mar, ¿Qué sentido tiene desalar el agua que el río vierte al mar?"*.

Se da la circunstancia de que esta campaña aparece firmada tanto por la Generalitat Valenciana como por la Fundación Agua y Progreso de la Comunidad Valenciana.

La Asociación de Usuarios de la Comunicación, con fecha 19 de diciembre interpuso denuncia ante la Presidencia del Gobierno Autonómico contra esta campaña publicitaria por entender que no se encuadra en ninguno de los fines que la Ley 7/2003, de 20 de marzo, de Publicidad Institucional de la Comunidad Valenciana establece en su artículo 2, entre los que se encuentran: la difusión de actividades de la Administración y la mejora de su notoriedad; la promoción genérica del consumo de determinados productos; la protección de la seguridad de los ciudadanos y la promoción de la integración; la sensibilización, fomento y compromiso con determinadas conductas *"para la convivencia y el bienestar social"* y con *"determinadas causas y valores de la democracia"*; la promoción de los valores y señas de identidad propios y la difusión de los procesos electorales.

Asimismo, el artículo 5 de la mencionada Ley 7/2003 prohíbe expresamente los mensajes de la publicidad institucional que provoquen el descrédito, denigración o menos precio directo o indirecto de una persona física o jurídica, privada o público.

Por ello, sin pretender entrar en el fondo de un problema, sobre el que esta Asociación se abstiene de pronunciarse, entendemos que esta publicidad más bien parece responder a una campaña de carácter político sobre un tema polémico, utilizando recurso públicos para promover la posición del partido que actualmente ocupa el gobierno de la Comunidad Valenciana, desprendiéndose además del mensaje publicitario una clara valoración negativa de la actividad de las desaladoras.

Teniendo en cuenta que el artículo 4º de la Ley Estatal 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional (BOE de 30-12-2005), establece una serie de prohibiciones, entre las que cabe mencionar:

- Las previstas en su apartado 1 de no poder promover o contratar campañas institucionales de publicidad y de comunicación: *b) que manifiestamente **menoscaben**, obstaculicen o perturben las políticas públicas o cualquier actuación legítimamente realizada por otro poder público en el ejercicio de sus competencias*".
- Las contempladas en su apartado 2 que establece que *"Los mensajes o la presentación de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación no podrán inducir a confusión con los símbolos, **ideas**, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier formación política u organización social"*.

Y teniendo en cuenta asimismo que, si bien la campaña y su marco normativo son de ámbito autonómico, la Disposición Final Segunda de la Ley 29/2005 indica que el artículo 4 de dicha Ley tiene el carácter de legislación básica estatal, en virtud de lo previsto en el artículo 149, 1, 18ª de la Constitución Española, por lo que resulta de aplicación directa y prevalente en todas las Comunidad Autónomas.

Solicitamos de esta Comisión de Comunicación y Publicidad Institucional un pronunciamiento valorativo sobre la campaña mencionada y cuyo material se adjunta.