



Asociación de Usuarios  
de la Comunicación

**ILMO. D. FRANCISCO ROS PERAN**  
**Secretario de Estado de Telecomunicaciones**  
**Secretaría General de Comunicaciones**  
**Ministerio de Industria, Turismo y Comercio**  
**Paseo de la Castellana, 160**  
**28071 MADRID**

Madrid, a 24 de abril de 2009

**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 el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias; 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



Asociación de Usuarios  
de la Comunicación

## HECHOS

**PRIMERO.**- Que el operador de televisión ANTENA 3 TELEVISION emitió el pasado miércoles 15 de abril, dentro del episodio de la serie "Los Hombres de Paco" correspondiente a ese día, un mensaje publicitario sin ninguna advertencia óptica o acústica sobre su contenido. Uno de los actores de la serie aparece montado en un coche donde se publicita la película (aún sin estrenar) **Fuga de Cerebros** mientras otro de sus compañeros comenta: *"Es el coche de promoción de una peli. La película que te decía antes que vi el fin de semana, que era el descojone..."*.

Considera la ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC) que al citado mensaje le 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 señala, en su artículo 11.1 que ***"la publicidad y la televenta deberán ser fácilmente identificables y diferenciarse claramente de los programas, a través de medios ópticos o acústicos"***

**SEGUNDO.**- En el artículo 11.4 de la citada Ley, se señala que ***"en la emisión de publicirreportajes, telepromociones y, en general, de aquellas formas de publicidad distintas de los anuncios televisivos que, por las características de su emisión, podrían confundir al espectador sobre su carácter publicitario, deberá superponerse, permanentemente y de forma claramente legible, una transparencia con la indicación publicidad."***

**TERCERO.**- El artículo 8 .1 de la citada Ley reputa de ilícitas en televisión las formas de publicidad consideradas como tales en el artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. Dicho artículo considera publicidad ilícita por engañosa ***"la que de cualquier manera, incluida su presentación, induce o puede inducir a error a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico, o perjudicar o ser capaz de perjudicar a un competidor"***.

**CUARTO.**- El artículo 9 de la citada Ley prohíbe la publicidad encubierta, entendiéndose como tal según el artículo 3 ***"aquella que suponga la presentación verbal, visual o sonora, dentro de los programas, de los bienes, los servicios, el nombre, la marca, la actividad o los elementos comerciales propios de un empresario que ofrezca bienes y servicios y que tenga, por intención del operador de televisión, propósito publicitario y pueda inducir al público a error en cuanto a su naturaleza."***



Asociación de Usuarios  
de la Comunicación

**QUINTO.**- Por otra parte, nos encontramos ante un emplazamiento caracterizado por incumplir algunos de los requisitos que, de acuerdo con diferentes criterios interpretativos, tanto de la Administración española como comunitaria, excepcionan dicha práctica del supuesto de publicidad engañosa. En concreto, se realiza mención verbal expresa del producto emplazado; se resalta mediante la ubicación de un cartel publicitario y se remarca la presencia mediante encuadres o movimientos de cámara.

**SEXTO.**- A mayor abundamiento, la **Directiva 2007/65/CE** del Parlamento Europeo y del Consejo de 11 de diciembre de 2007 por la que se modifica la Directiva 89/552/CEE del Consejo sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva prohíbe en su artículo 3 octies 1 el emplazamiento de producto. No obstante, el emplazamiento de producto será admisible, a menos que un Estado miembro decida otra cosa, en:

— *obras cinematográficas, películas y series realizadas para servicios de comunicación audiovisual, programas deportivos y programas de entretenimiento, o — los casos en que no se produce ningún pago, sino únicamente el suministro gratuito de determinados bienes o servicios, como las ayudas materiales a la producción o los premios, con miras a su inclusión en un programa.*

*Los programas que contengan emplazamiento de producto observarán, al menos, todos los requisitos siguientes:*

- a) bajo ninguna circunstancia se podrá influir en su contenido y, en el caso de las radiodifusiones televisivas, en su horario de programación de manera que se vea afectada la responsabilidad e independencia editorial del prestador del servicio de comunicación;*
- b) **no incitarán directamente a la compra o arrendamiento de bienes o servicios, en particular mediante referencias de promoción concretas a dichos bienes o servicios;***
- c) no darán una prominencia indebida a los productos de que se trate;*
- d) **los espectadores deberán ser claramente informados de la existencia emplazamiento de producto.** Los programas que contengan emplazamiento de producto deberán estar debidamente identificados al principio y al final del programa, así como cuando el programa se reanude tras una pausa publicitaria, con el fin de evitar toda confusión al espectador.*

Parece claro, a tenor de lo anterior, que nos encontramos ante un mensaje publicitario que por su presentación puede inducir a error al consumidor sobre la naturaleza publicitaria del mismo, al no deslindarse perceptiblemente por medios ópticos o acústicos de la programación, y adquiriendo así una ventaja competitiva sobre otros anunciantes que respetan la normativa vigente. Asimismo, es factible pensar que existe en la negociación entre operador y productor alguna remuneración de cualquier naturaleza al primero, derivada de la presencia de mensajes publicitarios en el programa.

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 ANTENA 3 TELEVISION, 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 ANTENA 3 TELEVISION, 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"*

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