

## EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

(10 minutos)

En la mayoría de las cadenas de televisión, tanto públicas como privadas, muchos de sus programas de cualquier naturaleza, aunque generalmente concursos de "cara al público", aunque estén grabados, introducen en tiempo real un concurso abierto a los televidentes en sus domicilios, que consiste en contestar a una pregunta que siempre es facilísima, mediante el envío de la respuesta habitualmente por un mensaje corto a un número de 4 dígitos a través del teléfono móvil, utilizando el Sistema de Mensajes Sucintos o Cortos (S. M. S. = Short Message System), aunque muchas otras veces también se puede hacer a través del teléfono fijo, llamando a una línea de 9 dígitos.

El coste de la llamada por móvil se refleja siempre en la pantalla, así como, aunque menos habitualmente, en los casos de teléfono fijo, señalándose el precio del envío de cada mensaje o de la llamada, aunque en una letra mucho más pequeña que el contenido de la pregunta. El precio de la llamada generalmente es de 0,90 euros + IVA, aunque puede oscilar entre 0,60 y 1,50 euros.

El envío del mensaje o la llamada telefónica son instigados por el presentador o presentadora del concurso, que, efectivamente, pone de relieve que la respuesta es tan fácil que pueden, y deben, enviar cuantas más respuestas mejor para tener mayores opciones de ganar. La pregunta se repite tantas veces durante el concurso, donde se dan todo tipo de pistas, que la solución resulta tan fácil que el número de concursantes tiene que ser muy alto, y la proporción de aciertos debe acercarse necesariamente al 100 %.

El premio, que siempre es único, recae en uno sólo de los concursantes, elegido mediante sorteo entre todos los acertantes, tiene la forma de objeto o servicio, habitualmente turístico, pero nunca en dinero, y es de valor tan ridículamente pequeño que no puede compararse al coste de la llamada, multiplicado por el número de usuarios que participan.

No existe reglamentación alguna de este tipo de concursos en ninguna de las leyes que podían o deberían tratar este asunto, como son la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios; la Ley 11/1998, de 24 de abril, General de Telecomunicaciones, el Real Decreto 1736/1998, de 31 de julio, por el que se aprueba el Reglamento por el que se desarrolla el Título III de la Ley General de Telecomunicaciones y su desarrollo en la Orden PRE/361/2002, de 14 de febrero, en lo relativo a los derechos de los usuarios; la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico, y la Ley 39/2002, de 28 de octubre, de Transposición al Ordenamiento Jurídico Español de diversas Directivas Comunitarias en materia de protección de los intereses de los Consumidores y Usuarios.

La Ley 26/1984, referente a la defensa de los consumidores y usuarios, se hace eco del artículo 51 de la Constitución Española que



[Madrid Federal](#)



[Alicante](#)

protege los intereses económicos de los mismos, aunque por aquel entonces en la España de 1984 no podía referirse a este tipo de concursos.

La Ley 11/1998, General de Telecomunicaciones tampoco puede referirse a la cuestión que nos ocupa, ya que no ofrece ningún tipo de reglamentación.

El Real Decreto 1736/1998, por el que se aprueba el Reglamento parcial de la Ley General de Telecomunicaciones tampoco incluyó en su articulado ninguna mención sobre los concursos de televisión por mensaje corto, aunque sí lo hacía para los servicios de télex, telégrafos y burofax.

En el desarrollo de este decreto arriba mencionado mediante la Orden PRE/361/2002, en lo relativo a los derechos a la información de los usuarios, se empieza a hablar sobre las condiciones de prestación de los servicios, pero éstas no son de aplicación a este tipo de conexión vía mensaje corto.

Sin embargo, tampoco se ocupa la Ley 34/2002 de las normas para la total y completa regulación de estos concursos, aunque tiene en cuenta "un concepto amplio de servicios" de la llamada sociedad de la información, que tiene como uno de sus motivos fundamentales la "protección de los intereses de los consumidores", para lo que hace insistencia en la necesidad de la autorización previa para los concursos o juegos, que no parece que queden excluidos los concursos a los que nos referimos, que se hacen a través de mensajes telefónicos cortos y escritos, ya que el punto 1 de su párrafo tercero sólo considera no pertenecientes a la sociedad de la información a los "servicios prestados por medio de telefonía vocal, fax o télex".

La también mencionada Ley 39/2002, que trata de la transposición de directivas europeas a España sobre la protección de los consumidores, referente a la radiodifusión televisiva, regula la acción de la cesación para la que están legitimados el Instituto Nacional de Consumo y los órganos correspondientes de las Comunidades Autónomas y de las Corporaciones Locales, las Asociaciones de Consumidores y Usuarios que reúnan los requisitos pertinentes y el Ministerio Fiscal, pero no obliga a su cumplimiento en los concursos que nos ocupan, aunque pudiera ser aplicada a este tipo de concursos televisivos que se basan en la ignorancia y en el deseo de ganancia de los concursantes

En la Ponencia del Senado, Boletín Oficial de las Cortes Generales. Senado, núm 563, sobre el Estudio de los Derechos de Concursantes y Audiencia, un compareciente que trató la cuestión jurídica, el letrado Sr. Ecija, puso de manifiesto, referente a la "regulación de los contenidos en los concursos", que no están sometidos a autorización previa, que plantean diversos problemas jurídicos, algunos no resueltos todavía, y que sería conveniente "el desarrollo de Normas y su elevación a público".

La Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC), organización independiente, sin ánimo de lucro, constituida legalmente, preocupada por "la necesidad de crear instancias de regulación contra posibles abusos en materia de comunicación", al alertar "sobre nuevos

abusos contra los usuarios de mensajes cortos por teléfono móvil", se refiere fundamentalmente a la "protección de la infancia y a la juventud", basándose en el Artículo 51 de la Constitución Española referente a la defensa de los consumidores y usuarios a través de la promoción de la información y de la educación de estos y del mandato que una ley regule el régimen de los productos comerciales. En este sentido, la AUC considera positivo que la Ley, ya referenciada, sobre el Comercio Electrónico, "amplíe su ámbito de actuación al conjunto de servicios de la Sociedad de la Información". Aunque todo está por inventar, según el periódico electrónico **EXPANSIÓN DIRECTO**, "los servicios del nuevo móvil multimedia no se popularizarán en el mercado hasta 2004 como mínimo", sin embargo lo que ya se "ha bautizado como Internet Móvil", que consolidará la unión de la red informática con los teléfonos celulares móviles, "será uno de los motores de los nuevos negocios", mencionando el periódico como el mejor ejemplo "el fenómeno de los SMS en concursos de televisión, que de la noche a la mañana ha dejado al descubierto un nuevo filón de negocio". Los expertos auguran que el servicio que será el verdadero motor de Internet Móvil lo constituirá, entre otros, el habitual mensaje corto, que va dirigido a los jóvenes, como nicho de mercado que será muy rentable.

En este momento existen innumerables empresas que se dedican a la instalación de programas informáticos dedicados a la "comunicación con el auditorio a través de teléfonos móviles GSM mediante el servicio de Mensajes Cortos (SMS)", que "están diseñados para apoyar el negocio del comprador del programa y promover su producto o su servicio", garantizando "captar la atención de sus clientes y obtener sus reacciones". Baste como ejemplo una empresa, CodeSegment, que anuncia en Internet estas posibilidades apuntadas arriba, añadiendo que en el caso de los concursos por SMS "puede mejorar con eficacia los programas interactivos de radio y televisión". El Director de Estrategia y Desarrollo de una empresa de telefonía móvil (Vodafone), D. Javier Díaz Martínez de Esparza, en unas jornadas, celebradas en Barcelona en octubre de 2002 sobre "Situación y aspectos jurídicos del comercio electrónico móvil", asegura que "los mensajes desde el móvil a concursos de Televisión mueven cientos de millones de euros, representando entre un 7 y 10 % de la facturación de las operadoras", añadiendo que "unas 40 empresas creadas en los últimos meses prevén ingresar este año 360 millones de euros".

Dado que este tipo de concursos, que se celebran en la televisión, aunque pueden hacerse en otros medios de comunicación, que requieren generalmente una respuesta por mensaje corto mediante el teléfono móvil, aunque a veces también pueden darse por teléfono fijo, al estar basados en la ignorancia de muchos telespectadores, constituyen un abuso que tiene todos los ingredientes de un timo para el que existe un vacío legislativo, es por lo que El Grupo Parlamentario Socialista presenta la siguiente:

## **MOCIÓN**

El Senado insta al Gobierno a:

1º.- Adoptar, en el desarrollo de las leyes mencionadas arriba o en otras pertinentes, las medidas reglamentarias que sean necesarias para la regulación de esta clase de concursos, que podrían llegar incluso a su cesación.

2º.- Obligar, hasta tanto se produzcan estas reformas legislativas, a las Televisiones Públicas (TV 1, La 2 y Autonómicas) a que emitan estos concursos con sujeción a las siguientes normas:

a.- Que se publique el resultado del concurso anterior, que será obligatorio que sea de la misma naturaleza y complejidad del actualmente emitido, todo ello certificado y controlado por un Notario, que no se limitaría exclusivamente a dar fe del resultado.

b.- Que en el resultado del concurso se haga constar al menos la cantidad bruta recaudada, la cuantía del premio o su valor en caso de ser un objeto o un servicio, el número de concursantes, la edad, profesión y ciudad de procedencia del acertante, y la posibilidad de acierto que tuvo el ganador de entre todos los apostantes, expresada como un ratio o relación, es decir como uno entre tantas personas.

Fdo.: Francisco Arnau Navarro, Fdo.: M<sup>a</sup> Antonia Martínez García,  
Secretario General Adjunto Portavoz Adjunto  
del G. P. Socialista. del G. P. Socialista.

## APUNTES PARA LA REPLICA

**(5 minutos)**

La primera consideración importante a tener en cuenta en este tipo de concursos a través del Sistema de Mensajes Sucintos (SMS) o Cortos sería la de que en realidad no sean tales, puesto que podrían considerarse realmente como una apuesta, ya que se arriesga un dinero: el coste de las llamadas telefónicas por mensaje corto o por voz para poder ganar un premio; mientras que en los concursos el participante no tiene que pagar ni gastarse ningún dinero por su participación.

Sin embargo, también podrían ser tratados estos concursos como un juego, prácticamente una lotería, ya que el concursante arriesga su dinero para entrar en un sorteo, si acierta, donde, a pesar de ello, sólo tiene una posibilidad de ser premiado entre muchísimas otras personas.

La Ley del Juego no contempla estos supuestos de juego, apuesta o lotería, pero una mínima modificación de la ley general y de las leyes autonómicas reguladoras del juego y las apuestas podría cubrir fácilmente este vacío legislativo.

La última reflexión a tener en cuenta sería el tipo y la cuantía de gravamen, tributo o impuesto que recibe la Hacienda Pública del supuesto concurso que estamos considerando, ya que podría variar considerablemente al poder darse dos posibilidades: se trata de

simples llamadas de teléfono por mensaje corto del móvil o por teléfono fijo, o bien se considera que estamos ante casos de juego, apuesta o lotería.

Aunque no puedan ser considerados como juego, apuesta o lotería, la gran mayoría de estos concursos deberían ser suprimidos al tratarse entonces sin duda de un "Timo, casi una Estafa", resultando ello en perjuicio de la economía de muchas personas, supuestamente de una edad cronológica o mental muy bajas, a los que se consigue sorprender por su buena fe, por su ignorancia y por sus deseos de ganar, que "puede suponer un importante gasto no previsto para muchos telespectadores" y sus familias.

El timo, que generalmente se convierte en auténtica estafa al estar dirigido a personas con insuficiente capacidad mental, tiene la particularidad fundamental de ofrecer una muy fácil solución, cuya respuesta queda animada por un supuestamente importante o cuantioso premio o beneficio. Basten algunos ejemplos del tipo de preguntas:

a.- ¿ Qué animal tiene la trompa más larga: la hiena o el elefante?.

b.- Complete el siguiente refrán castellano: "Cada oveja.....". Al mismo tiempo se están viendo en la pantalla dibujos animados de ovejas de distintas formas y colores que se van emparejando sucesivamente.

c.- ¿ A qué especie pertenecen los gorilas: primates o felinos?.

d.- ¿ Cuál es la capital de Francia: París o Madrid?.

También deberían tener la misma consideración los concursos por el teléfono fijo, dirigidos generalmente a líneas 902 o 906, ya que el concursante desconoce las probabilidades que tiene de ganar el premio.

Un asunto parecido es el envío de mensajes cortos o llamadas telefónicas por fijo para opinar o dar el voto en ciertos programas acerca de una opción o de una tendencia, que resultará beneficiada si obtiene el mayor número de los votos emitidos por teléfono móvil o fijo. Pero generalmente se trata de concursos de parecida naturaleza a los mencionados más arriba. Un ejemplo sería el siguiente:

***¿A qué animal hace referencia la siguiente adivinanza: "A veces verde, otras marrón, soy cama, pero no te acerques porque también soy león?. La locutora está dando pistas sobre la solución, repitiendo insistentemente que es un animal que cambia de color, pero, sin embargo, ningún concursante lo acierta en ninguna de las llamadas, dando respuestas tan absurdas como "una gallina", "un conejo", "un pato", etc., etc. Sólo se acierta, cuando así se hace, al final del tiempo asignado al programa, cuya duración se ignora, quedándose desierto en muchas ocasiones. El que sabe la respuesta hace la llamada y una voz femenina muy agradable hace preguntas sobre los datos del concursante, tardándose en ello unos 5 minutos y le deja en espera otros 5 minutos, pues sólo es válida la respuesta que se dé a la presentadora o presentador. Finalmente el concursante, aburrido y disgustado por la tardanza, cuelga el teléfono, pero todavía ilusionado al recordar la promesa de que, si***

***así lo hace, entrará en un sorteo muy importante.***

En conclusión, no hay duda que, si no es un juego, apuesta o lotería, se trata de un timo o de una estafa, ya que el premio es poco importante y se entra en un sorteo entre muchísimas personas, ya que las preguntas tienen una respuesta tan fácil que resultan de todo modo imposible de fallarse, a menos que se tenga la mentalidad de un niño de 2 a 5 años de edad o de los miembros del actual gobierno de los Estados Unidos de América.