



Identificación de la Sentencia:

Sala Constitucional - Tribunal Supremo de Justicia. Ponencia del Magistrado Francisco Carrasquero López. Decisión: **SIN LUGAR.** Fecha de la sentencia: 13/07/2011. Tema sobre el cual versa la sentencia: Constitucionalidad de la prohibición de publicidad sobre bebidas alcohólicas en las vías de comunicación.

Link de acceso: <http://www.tsj.gov.ve/decisiones/scon/Julio/1092-13711-2011-00-1190.html>

Expositor: Pedro Durán Araujo. Departamento Contencioso Tributario.

MATERIA: CONSTITUCIONAL / ACCIÓN DE NULIDAD

MÁXIMA: De acuerdo a lo señalado por la Sala Constitucional "...la concepción constitucional del derecho a la propiedad en el ordenamiento venezolano, resulta muy lejana de la configuración decimonónica que lo reconocía como un derecho sagrado, inviolable e ilimitado, caracterizado por un individualismo impermeable al interés general..."

LOS HECHOS:

28/01/1.997: Las empresas Corporación Industrial Class Light, C.A. y Class Light Publicidad, C.A. interpusieron acción de nulidad conjuntamente con amparo constitucional, medida cautelar innominada y solicitud de declaratoria de mero derecho, contra el único aparte del artículo 45 de la Ley de Tránsito Terrestre de 1.996 (cuyo contenido se encuentra actualmente recogido en el artículo 92 de la Ley de Transporte Terrestre, publicada en Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 38.985 del 1° de agosto de 2.008) por la supuesta violación de los derechos constitucionales de igualdad y libertad económica.

06/02/1.997: Publicidad Vepaco C.A., Publicidad Vallas C.A., Vallalight C.A., Corporación Anota C.A., Aficheras Nacionales C.A., Electricidad Tested C.A., Electricidad Tested de Occidente C.A., Gca Publicidad C.A., Affiche Publicidad C.A., Futurart C.A., Imagen Publicidad C.A., C.A. Ron Santa Teresa S.A.C.A. y de Compañía Anónima Ponche Crema, Sucesora de Heliodoro González P, Sucesores también demandaron la nulidad del referido artículo.

06/02/1.997: United Distillers de Venezuela C.A., United Distillers Curiel S.A., Industrias Pampero C.A., de Creatividad Pampero C.A., C.A. Seagram de Venezuela y Licorerías Unidas C.A. se hicieron parte adhesiva a la demanda de nulidad incoada.

29/07/1.997: La Sala Plena de la extinta Corte Suprema de Justicia se declaró competente para el conocimiento de la causa, por tratarse de la impugnación de un acto de efectos generales y estableció que los accionantes son litisconsortes; admitió la demanda de amparo constitucional y acumuló todas las pretensiones en un solo expediente.

15/06/1.999: La Sala Plena declaró Con Lugar la medida cautelar de amparo constitucional y suspendió temporalmente la eficacia del único aparte del artículo 45 de la Ley de Tránsito Terrestre de 1.996.

17/09/2.003: Se declaró la causa como de mero derecho.

NORMA IMPUGNADA:

Artículo 92 de la Ley de Transporte Terrestre, publicada en Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 38.985 del 1° de agosto de 2.008

"Artículo 92. Queda prohibida la colocación de anuncios, carteles, vallas y avisos publicitarios, comerciales o institucionales en toda la red vial, pública o privada de uso público, permanente o casual y en una franja de los predios colindantes a las mismas equivalente a cincuenta metros (50 mts) medidos desde el eje de la vía en las autopistas nacionales treinta metros (30 mts) medidos desde el eje de la vía en las carreteras pavimentadas y quince metros (15 mts) medidos desde el eje de la vía en las carreteras no pavimentadas, dentro o fuera del derechos de vía.

Igualmente queda prohibida la colocación de medios publicitarios tanto en vía pública como en las unidades de transporte terrestre, público y privado de personas y de carga que contengan mensajes de:

1. *Cigarrillos y derivados del tabaco.*
2. *Bebidas Alcohólicas y demás especies previstas en la legislación sobre la materia.*
3. *Sustancias estupefacientes o psicotrópicas prohibidas por la ley que rige la materia.*
4. *Servicios profesionales prestados por personas que no posean o cumplan con los requisitos o condiciones exigidos por la ley.*
5. *Bienes, servicios o actividades cuya difusión haya sido prohibida o restringida, en forma temporal o permanente, por motivos de salud pública o garantía de los derechos de las personas, por la ley o las autoridades competentes, o no haya sido autorizada, según sea el caso.*
6. *Juegos de envite y azar que denigren del trabajo como hecho social y proceso fundamental para alcanzar los fines del Estado, o en los cuales participen niños, niñas o adolescentes, salvo que se trate de rifas benéficas por motivo de ayuda humanitaria.*
7. *Bienes o servicios dirigidos a niños, niñas o adolescentes que muestren o utilicen elementos de violencia regulados en esta Ley.*
8. *Armas, explosivos bienes o servicios relacionados y similares"*

TESIS EN PRESENCIA:

Los accionantes, en sus distintos recursos de nulidad, esgrimieron un total de 37 argumentos mediante los cuales se buscó impugnar el único aparte del artículo 45 de la Ley de Tránsito Terrestre de 1996. Sin embargo, la Sala Constitucional para simplificar un poco su decisión, los agrupó en seis alegatos principales, a saber:

1. **Violación del derecho a la libertad económica:** alegaron que la limitación de publicitar bebidas alcohólicas constituye una clara vulneración del derecho a la libertad de empresa, consagrada constitucionalmente como el derecho que tienen las personas de dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en la propia Constitución y en las leyes.
2. **Violación al derecho a la igualdad:** alegaron que se vulnera este derecho con la norma impugnada toda vez que se limita la publicidad de licores en las vías públicas, aún cuando dicha publicidad si puede hacerse en otros medios de comunicación (a los que también puede accederse en carreteras y/o autopistas).
3. **Violación al derecho a la libertad de expresión:** alegaron que la libertad de expresión es un derecho que sólo debería admitir los límites que la propia Constitución señala, es decir, la prohibición de mensajes anónimos, publicidad de mensajes de guerra, discriminatorios o los que promuevan la intolerancia religiosa.
4. **Violación al derecho de propiedad:** alegaron la violación de este derecho sobre la base de que la norma impugnada estaría impidiendo la libre disposición de los derechos marcarios de las empresas productoras y comercializadoras de licores sobre sus productos, así como de las empresas publicitarias de los soportes físicos donde se instala la publicidad.
5. **Denuncia de prohibición de confiscación:** alegaron la violación al artículo 116 de la CRBV, alegando el carácter confiscatorio de la norma impugnada, sobre la base de que la misma establece una forma de desapoderamiento de las vallas y demás anuncios de bebidas alcohólicas.
6. **Violación al principio de irretroactividad de la Ley:** alegaron la violación del principio de irretroactividad de la ley, señalando que la norma impugnada no puede regular la publicidad anterior a la vigencia de la ley.
7. **Otros argumentos accesorios:**
 - La publicidad sobre bebidas alcohólicas no se encuentra referida a productos ilícitos.
 - El legislador asume como hecho cierto la conexión entre los accidentes de tránsito y la publicidad de licores.
 - No se determina en la prohibición lo que debe entenderse por inmediación a una carretera o autopista, ni se distingue en áreas urbanas o extraurbanas.

Opinión de la Asamblea Nacional:

La Asamblea Nacional, como órgano legislador, se opuso a la pretensión anulatoria basándose en los siguientes argumentos:

- Alega que el carácter de Estado Social de Derecho y de Justicia, consagrado en la Constitución de 1.999, cambió la concepción absoluta del derecho a la libertad económica.
- Asevera que los accionantes pueden utilizar otros métodos publicitarios, que no sean las vallas en las vías públicas.
- Afirma que se busca proteger a la población de "propagandas negativas".
- Según la Asamblea Nacional, no hay "desigualdad" ya que la prohibición se fundamenta en la protección de un bien superior.
- El objeto de la publicidad es promocionar el consumo de "bebidas nocivas"
- La libertad de expresión es un derecho susceptible de limitación por razones de salud.
- Se busca disminuir el consumo excesivo de estas bebidas.
- El derecho de propiedad tiene una dimensión social que permite restricciones.

PROBLEMA DE DERECHO:

¿Se enmarca la prohibición de publicitar bebidas alcohólicas dentro del contexto de los mentados derechos constitucionales?

SENTIDO DE LA DECISIÓN:

1. La Sala desestimó el argumento de violación al derecho a la libertad de empresa, en el sentido de que "la imposibilidad de publicitar bebidas alcohólicas en la red vial, responde a exigencias de seguridad y salubridad que son, precisamente, dos de las circunstancias donde constitucionalmente resulta admisible una limitación al libre ejercicio de la actividad económica."
2. La Sala desestimó el argumento de violación a la igualdad, destacando que "la diferencia que existe en promover licores en la vía pública mediante vallas y otros mecanismos de información que se instalan en los corredores viales y otros medios publicitarios como la prensa escrita, entre otros, reside en la libre e indiscriminada penetración de los primeros sobre el público general y la independencia que tiene el mensaje publicitado sobre las condiciones subjetivas u objetivas de las personas a quien va dirigido."
3. La Sala desestimó el argumento de violación al derecho a la libertad de expresión, en el sentido de que "la actividad interpretativa del derecho debe realizarse de un modo sistemático, donde las normas deben ser analizadas a la luz de todo el ordenamiento jurídico, cuyo significado no resulta aislado a éste, ni tampoco del caso planteado a partir del cual debe afirmarse la interpretación para atender al significado de la norma y del caso. En consecuencia, la limitación cuya nulidad se pretendió, se enmarca dentro de las razones de seguridad y sanidad que justifican la imposición de restricciones a los derechos de libertad económica."
4. La Sala desestimó el argumento de violación al derecho de propiedad, en el sentido de que "la caracterización relativa del derecho a la propiedad determina la improcedencia de la denuncia de violación del citado derecho, pues en el marco de las consideraciones vertidas anteriormente, la publicidad de licores en las vías de comunicación, es una actividad sobre la cual se hacen visibles restricciones que atienden a condiciones de seguridad y salubridad".
5. La Sala desestimó el argumento mediante el cual se denunció la prohibición de confiscación, sobre la base de que "la norma impugnada impone una restricción legítima a los derechos patrimoniales y a la libertad económica sobre la publicidad comercial de licores. Además, que dicha limitación no supone un desamparamiento de la totalidad de los bienes o de una parte sustancial de los activos de las empresas que desarrollan dicha actividad."
6. La Sala desestimó el argumento mediante el cual se denunció la violación al principio de irretroactividad de la ley, en el sentido de que afirma que "la norma acatada, cuya vigencia se encontraba suspendida desde el 15 de junio de 1.999, ni establece expresamente que regulará hechos acaecidos con anterioridad a su publicación, ni ha tenido efectividad práctica hasta la fecha y, tampoco, puede incidir de manera negativa en la actividad publicitaria que haya empezado a desarrollarse durante el tiempo que estuvo suspendida, pues, en tal caso, no estaríamos en presencia de irretroactividad de la ley, sino en actos o actuaciones que pudieran desarrollarse conforme a un artículo que estaba suspendido."
7. Se revocó la medida cautelar innominada de suspensión de efectos de la norma impugnada

[Ver sentencia...](#)