

ACUERDO POR EL QUE SE ARCHIVA LA DENUNCIA RECIBIDA POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA SOBRE LA TIENDA *ONLINE* “SHARAZON”

IFPA/DTSA/017/20/MEDIASET/SHARAZON

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Benigno Valdés Díaz
D. Mariano Bacigalupo Saggese
D. Bernardo Lorenzo Almendros
D. Xabier Ormaetxea Garai

Secretario de la Sala

D. Joaquim Hortalà i Vallvé, Secretario del Consejo

En Madrid, a 9 de junio de 2020

Vista la denuncia presentada por un particular contra la tienda *online* “**SHARAZON**”, la Sala de Supervisión Regulatoria adopta la siguiente resolución:

I. ANTECEDENTES Y OBJETO

El pasado 12 de enero de 2020 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) una denuncia de un particular por publicidad engañosa en relación con la tienda *online* “*Sharazon*”.

En concreto, el denunciante indica que algunas cuentas de Instagram de personajes invitados por la cadena de televisión, Telecinco, publicitan la tienda *online* “*Sharazon*” que, según su criterio, se trataría de una publicidad engañosa e ilícita y que conduce a error al consumidor.

En vista de lo anterior, el objeto de la presente Resolución será determinar si se ha podido vulnerar lo dispuesto en el artículo 18 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante LGCA).

I. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

Primero. - Habilitación competencial

De conformidad con el artículo 9 de la Ley Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, LCNMC) *“La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisará y controlará el correcto funcionamiento del mercado de comunicación audiovisual”*.

Y en los apartados cuarto y sexto se prevé que, en particular, ejercerá las funciones de:

“4. Supervisar la adecuación de los contenidos audiovisuales con el ordenamiento vigente y los códigos de autorregulación en los términos establecidos en el artículo 9 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.

6. Controlar el cumplimiento de las obligaciones, las prohibiciones y los límites al ejercicio del derecho a realizar comunicaciones comerciales audiovisuales impuestos por los artículos 13 a 18 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo”.

A este respecto, el apartado séptimo del artículo 18 de la LGCA, establece que *“La comunicación comercial audiovisual también está sometida a las prohibiciones previstas en el resto de normativa relativa a la publicidad”*.

La Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, en su artículo 3 señala que *“Es ilícita [...]”*:

e) La publicidad engañosa, la publicidad desleal y la publicidad agresiva, que tendrán el carácter de actos de competencia desleal en los términos contemplados en la Ley de Competencia Desleal “.

Por otro lado, la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal indica que *“se considera desleal por engañoso, en cualquier circunstancia, crear, dirigir o promocionar un plan de venta piramidal en el que el consumidor o usuario realice una contraprestación a cambio de la oportunidad de recibir una compensación derivada fundamentalmente de la entrada de otros consumidores o usuarios en el plan, y no de la venta o suministro de bienes o servicios”*.

En consecuencia, ha de entenderse el sometimiento de la comunicación comercial audiovisual, tanto televisiva como radiofónica, a lo dispuesto en la LGCA y al resto de la normativa sobre publicidad.

Atendiendo a lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la LCNMC y los artículos 8.2.j) y 14.1.b) del Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, por el que se aprueba el Estatuto Orgánico de la CNMC, el órgano decisorio competente para

dictar la presente resolución es la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Segundo. - Actuaciones de control y supervisión realizadas

En el ejercicio de las facultades de inspección y supervisión que le atribuye a este organismo el artículo 9 de la LCNMC, los servicios técnicos de esta Comisión han analizado si durante las emisiones del día 23 de diciembre de 2019, en la cadena Telecinco, se ha emitido algún tipo de comunicación comercial relativa a la tienda de venta *online* “Sharazon”, a raíz de lo que se concluye que no se ha encontrado ningún tipo de comunicación comercial al respecto.

En particular, el denunciante señala que en las cuentas de Instagram de dos invitados de programas de televisión del canal Telecinco, se promocionan la tienda *online* “Sharazon” por lo que, a su parecer se trataría de una publicidad engañosa.

La CNMC es competente para supervisar y controlar los contenidos audiovisuales, entre ellos la publicidad, su ámbito de especialidad abarca principalmente el control del cumplimiento de las obligaciones, las prohibiciones y los límites al ejercicio del derecho a realizar comunicaciones comerciales audiovisuales, en todas sus modalidades, televisiva, bajo demanda y radiofónica, recogidas en la LGCA. Si bien, entre estas modalidades no se incluye a las redes sociales, por lo que no corresponde a la CNMC ejercer el control sobre las mismas.

Por otro lado, cabe presumir que el denunciante se ha dirigido a esta Comisión al vincular los invitados de los programas de televisión con el prestador MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S,A (en adelante, MEDIASET). No obstante, es importante resaltar que MEDIASET no es responsable de los comportamientos, declaraciones u actitudes en que incurran los invitados de sus programas fuera de sus platós de televisión.

Por todo cuanto antecede, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia,

ACUERDA

ÚNICO. - Archivar la denuncia recibida contra MEDIASET por no ser la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia competente para supervisar y controlar los contenidos insertados en las redes sociales.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que pueden interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.