

ACUERDO POR EL QUE SE DA TRASLADO AL MINISTERIO DE CONSUMO DEL ESCRITO REMITIDO POR EL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA SOBRE LA POSIBLE CONTRAVENCIÓN EN MATERIA DE PUBLICIDAD POR PARTE DEL ANUNCIANTE HUAWEI

CNS/DTSA/1361/20 CAA- ANUNCIO HUAWEI

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Ángel Torres Torres

Consejeros

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D^a. Pilar Sánchez Núñez

Secretario

D. Joaquim Hortalà i Vallvé

En Madrid, a 28 de enero de 2021

La Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC), en su reunión de 28 de enero de 2021, ha acordado remitir al Ministerio de Consumo (Dirección General de Consumo) el escrito presentado por el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) trasladando un acta del Servicio de Consumo de la Delegación Territorial en Granada de la Consejería de Salud y Familias de la Junta de Andalucía, referente a la supuesta infracción en materia de publicidad cometida por ATRESMEDIA Corporación de Medios de Comunicación S.A. (ATRESMEDIA) por la emisión en televisión de un anuncio de la marca Huawei.

I. ANTECEDENTES

El pasado 24 de septiembre de 2020 tuvo entrada en la CNMC un escrito del CAA trasladando un acta del Servicio de Consumo de la Delegación Territorial en Granada de la Consejería de Salud y Familias de la Junta de Andalucía, relativa a un supuesto incumplimiento publicitario por parte de un anuncio televisivo de la marca Huawei.

En concreto, el acta analiza un anuncio televisivo que publicita el teléfono móvil de la marca Huawei, modelo P40 Pro, indicando la aparición en el mismo de unas sobreimpresiones con un tamaño de letra insuficiente, de forma que no resultan legibles ni comprensibles, por lo que la comunicación comercial puede

llevar a error al consumidor. Por otro lado, el acta indica, asimismo, que no se informa del precio del teléfono que se promociona, ni se hace indicaciones de su política de garantías, por lo que la ausencia de estos datos, podrían desvirtuar el mensaje comercial del producto.

Según el escrito trasladado por el CAA, este anuncio fue emitido en el canal La Sexta, el 24 de junio de 2020 en la franja horaria de las 14 a las 15 horas. En vista de lo anterior, el objeto del presente procedimiento será determinar si el prestador de servicios de comunicación audiovisual ATRESMEDIA Corporación de Medios de Comunicación S.A. (ATRESMEDIA), que ha emitido el anuncio publicitario en cuestión, 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), incurriendo en alguna prohibición prevista en la normativa de publicidad.

II. HABILITACIÓN COMPETENCIAL

De conformidad con el artículo 9 de la 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”.*

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.

Finalmente, los apartados primero y segundo del artículo 61 de la LGCA prevén la facultad, por parte de esta Comisión, de requerir el cese de emisión de la comunicación comercial al prestador del servicio de comunicación audiovisual

cuando suponga una infracción de acuerdo con la normativa vigente sobre publicidad:

“1. La responsabilidad administrativa por las infracciones de la presente Ley es exigible al prestador del servicio de comunicación audiovisual. [...]”

2. No incurrirá en responsabilidad administrativa el prestador del servicio de comunicación audiovisual, ni los prestadores de los servicios de comunicación electrónica y de servicio de catálogo de programas, cuando emitan comunicaciones comerciales elaboradas por personas ajenas al prestador y que supongan una infracción de acuerdo con la normativa vigente sobre publicidad.

No obstante, el prestador del servicio habrá de cesar en la emisión de tal comunicación comercial al primer requerimiento de la autoridad audiovisual o de cualquier organismo de autorregulación al que pertenezca.”

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 el presente acuerdo es la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

III. - 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 el anuncio publicitario relativo a la campaña de venta del teléfono móvil de la marca Huawei modelo P40 Pro, emitido el pasado 24 de junio de 2020 en el canal la Sexta, del prestador ATRESMEDIA.

Huawei es una empresa tecnológica multinacional china. Proporciona equipos de telecomunicaciones y vende electrónica de consumo y teléfonos inteligentes.

Seguidamente, se describe la creatividad del anuncio y sus sobreimpresiones:

- Se trata de un anuncio de 20 segundos de duración en el que se ve a una mujer haciendo fotos artísticas con el móvil que se anuncia a mucha distancia a otra que está posando en lo alto de un rascacielos.
- Al comenzar el anuncio se exhibe en la parte inferior izquierda del mismo y, durante unos seis segundos aproximadamente, un logotipo donde se lee el siguiente mensaje: “TIPA WORLD AWARDS 2020 BEST PHOTO SMARTPHONE”.
- En la parte final del anuncio se muestran sobreimpresos varios textos entre los que destacan: “TOP PHOTO SMARTPHONE OFICIAL”, “HUAWEI P40 PRO”, “Libera tu inspiración”, “EL FUTURO EMPIEZA

HOY”, “HUAWEI Mobile Services”, “EXPLORA AppGallery”. Junto a estas sobreimpreseiones aparecen dos textos en la parte inferior izquierda y derecha de la pantalla, de unos seis renglones cada uno, pero no son legibles dado el poco tiempo que se muestran en pantalla y la letra pequeña en que se muestran.

Tal como se ha señalado en el epígrafe anterior, el artículo 18 de la LGCA establece que la comunicación comercial audiovisual está sometida a las prohibiciones previstas en el resto de normativa relativa a la publicidad. A este respecto, 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 su parte, la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal, dispone lo siguiente en su artículo 7, sobre omisiones engañosas:

“1. Se considera desleal la omisión u ocultación de la información necesaria para que el destinatario adopte o pueda adoptar una decisión relativa a su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa. Es también desleal si la información que se ofrece es poco clara, ininteligible, ambigua, no se ofrece en el momento adecuado, o no se da a conocer el propósito comercial de esa práctica, cuando no resulte evidente por el contexto.

2. Para la determinación del carácter engañoso de los actos a que se refiere el apartado anterior, se atenderá al contexto fáctico en que se producen, teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias y las limitaciones del medio de comunicación utilizado.

Cuando el medio de comunicación utilizado imponga limitaciones de espacio o de tiempo, para valorar la existencia de una omisión de información se tendrán en cuenta estas limitaciones y todas las medidas adoptadas por el empresario o profesional para transmitir la información necesaria por otros medios.”

Es por todo ello, que la CNMC es competente para supervisar y controlar los contenidos audiovisuales, entre ellos la publicidad, y 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.

No obstante lo anterior, al referirse los hechos a la emisión de un anuncio en un momento de terminado y no continuar, en estos momentos, la emisión del mismo, no se dan las condiciones necesarias para que esta Sala pueda ejercer la facultad, regulada en el artículo 61 de la LGCA mencionado, de requerir el cese en la emisión de la comunicación comercial cuestionada al prestador del servicio de comunicación audiovisual ATRESMEDIA que lo ha emitido.

Lo anterior no implica que el responsable editorial del anuncio no haya podido incumplir la normativa sobre publicidad vigente, cuestión ésta que deberá ser determinada, en su caso, por la Autoridad Administrativa competente.

IV. CONCLUSIONES

Por lo antedicho, esta Comisión no puede adoptar ahora medida alguna en relación con el anuncio de Huawei inspeccionado por los Servicios de consumo de Andalucía por posible vulneración de la normativa de publicidad.

Procede, por tanto, de conformidad con lo establecido por el artículo 14.1 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, dar traslado de la denuncia del CAA a la autoridad administrativa competente, esto es, al Ministerio de Consumo, a los efectos oportunos.

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

ACUERDA

Único. – Dar traslado del escrito del Consejo Audiovisual de Andalucía al Ministerio de Consumo.

Se adjunta con el presente Acuerdo, el escrito del CAA recibido por esta Comisión, con fecha de 24 de septiembre de 2020.