

ACUERDO POR EL QUE SE ARCHIVA LA DENUNCIA RECIBIDA POR PUBLICIDAD ENGAÑOSA RELATIVA AL ANUNCIO DIGITAL “QUITA DEUDAS” QUE PODRÍA CONTRAVENIR LO DISPUESTO EN LA LEY 7/2010, GENERAL DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

IFPA/DTSA/276/21/QUITA DEUDAS

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Ángel Torres Torres

Consejeros

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D.^a Pilar Sánchez Núñez

Secretaria

D.^a María Ángeles Rodríguez Paraja

En Madrid, a 25 de noviembre de 2021

Vista la denuncia presentada por un particular por publicidad engañosa relativa a la publicidad digital de la entidad Quita Deudas Legal Group, S.L. la Sala de Supervisión Regulatoria adopta la siguiente resolución:

I. ANTECEDENTES Y OBJETO

El pasado 29 de julio de 2021 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) una denuncia de un particular por posible publicidad engañosa en relación con el anuncio publicitario digital “Quita deudas” insertado en redes sociales y en la web *quitadeudas.es*.

El denunciante da traslado del Dictamen del Jurado de Autocontrol en relación con este anuncio y solicita *“la retirada de dicha publicidad, en redes sociales, y en su página web, y en caso de que proceda, la apertura de expediente sancionador.”* En concreto, la reclamación se dirigía contra una publicidad difundida en redes sociales en la que se incluían, entre otras, las siguientes alegaciones: *“cancelamos el 100% de sus deudas (...) empieza una nueva vida sin deudas (...) Ley de Segunda Oportunidad”* y *“Cancela tus deudas y empieza desde cero”*

En este sentido, el Dictamen de Autocontrol analizó que, a través de las alegaciones arriba descritas, se trasladaba un mensaje claro y directo según el

cual se afirma que con la Ley de la Segunda Oportunidad¹ es posible liberarse de la totalidad de deudas contraídas y olvidarse definitivamente de estas. Sin embargo, dicho mensaje se considera por Autocontrol engañoso en la medida en que, según el Real Decreto Legislativo 1/2020, de 5 de mayo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley Concursal, existen determinadas deudas que quedan exceptuadas del beneficio de la exoneración del pasivo insatisfecho, este puede ser revocado en determinadas circunstancias y solo es posible conseguirlo cumpliendo una serie de requisitos, las cuales se omitían en la publicidad.

Teniendo en cuenta lo anterior, en el dictamen, que carece de naturaleza de carácter vinculante y en la que el jurado expresa su parecer sobre la corrección deontológica de la publicidad sometida a análisis, se determinó la incompatibilidad del anuncio por infracción del artículo 14.2 del Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.

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).

II. 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”.

¹ Ley 25/2015, de 28 de julio, de mecanismo de segunda oportunidad, reducción de la carga financiera y otras medidas de orden social.

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

Tal y como figura en los Antecedentes, la denuncia se dirige contra una publicidad digital difundida en redes sociales y en la web del anunciante Quita Deudas Legal Grupo, S.L. Esta entidad, es una empresa que se dedica a gestionar la cancelación de deudas de una persona física teniendo en cuenta lo establecido en la La Ley 25/2015, de 28 de julio, de mecanismo de segunda oportunidad.

A este respecto, la CNMC es competente para supervisar y controlar los servicios de comunicación audiovisual² que emiten programas audiovisuales, entendiéndose por tales, según el artículo 2.6 de la LGCA:

² Artículo 2.2 de la LGCA: “Son servicios de comunicación audiovisual aquellos cuya responsabilidad editorial corresponde a un prestador del servicio y cuya principal finalidad es proporcionar, a través de redes de comunicaciones electrónicas, programas y contenidos con objeto de informar, entretener o educar al público en general, así como emitir comunicaciones comerciales.”

“a) Programa de televisión: Conjunto de imágenes en movimiento, con o sin sonido, que constituye un elemento unitario dentro del horario de programación de un canal o de un catálogo de programas. En todo caso son programas de televisión: los largometrajes, las manifestaciones deportivas, las series, los documentales, los programas infantiles y las obras de teatro originales, así como las retransmisiones en directo de eventos, culturales o de cualquier otro tipo.

b) Programa de radio: Conjunto de contenidos sonoros que forma un elemento unitario dentro del horario de programación de un canal o un catálogo de programas.”

En el presente caso, no estamos ante un contenido audiovisual o sonoro insertado en un programa audiovisual lineal o en un catálogo; sino que sería una imagen o publicidad digitales que se ofrece en diversos espacios web.

Actualmente, aquellos anuncios de carácter digital que se insertan en plataformas³, redes sociales, webs o aplicaciones digitales no se encuentran materialmente sujetos al régimen jurídico de la comunicación audiovisual, sino que su régimen es el propio de los servicios de la sociedad de la información y se encuentran sometidos y regulados por la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, cuyo control de cumplimiento está actualmente atribuido al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.

Así, atendiendo a todo lo anterior, se debe concluir que, en el momento actual, el anuncio denunciado, no es un contenido audiovisual en los términos de la LGCA y, por lo tanto, esta Comisión no puede entrar a analizar la idoneidad del contenido de este al situarse al margen de las competencias sobre las que desempeña sus funciones.

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

³ A este respecto, hay que indicar que la Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de noviembre de 2018, por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual), habida cuenta de la evolución de las realidades del mercado, pendiente de incorporación a la normativa nacional, somete a las plataformas de intercambio de vídeos a determinadas obligaciones, como por ejemplo, la obligación de adoptar medidas respecto a las comunicaciones comerciales emitidas, comercializadas u organizadas por estas plataformas (artículo 28.ter.2). No obstante, dicha normativa europea aún no ha sido incorporada a la legislación nacional.

ACUERDA

PRIMERO. - Archivar la denuncia recibida por no ser la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia la Autoridad competente para supervisar y controlar los contenidos publicitarios digitales insertados en redes sociales o páginas web.

SEGUNDO. Dar traslado de la denuncia al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, órgano competente para controlar el cumplimiento de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, así como de las disposiciones normativas que la desarrollen por parte de los prestadores de esos servicios.

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.