

## **ACUERDO POR EL QUE SE ARCHIVA LA DENUNCIA RECIBIDA POR UN PARTICULAR EN RELACION CON LA PUBLICIDAD REALIZADA EN UN ENTORNO DIGITAL QUE PODRÍA CONTRAVERNIR LO DISPUESTO EN LA LEY 7/2010, GENERAL DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

(IFPA/D TSA/295/21/ANUNCIO DECODIFICADOR)

### **CONSEJO. SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

#### **Presidente**

D. Ángel Torres Torres

#### **Consejeros**

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D<sup>a</sup> Pilar Sánchez Núñez

#### **Secretario**

D. Miguel Bordiu García-Ovies

En Madrid, a 28 de abril de 2022

Vista la denuncia presentada por un particular en relación con publicidad realizada en un entorno digital sobre venta de dispositivos que permiten el visionado de servicios de comunicación audiovisual, la Sala de Supervisión Regulatoria adopta la siguiente resolución:

## I. ANTECEDENTES Y OBJETO

Con fecha 19 de octubre de 2021 tuvo entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) una denuncia de un particular por la publicidad llevada a cabo en una plataforma digital que podría contravenir la legislación sectorial audiovisual.

En concreto, el denunciante señalaba en su escrito que un particular estaba anunciando en la plataforma digital Wallapop<sup>1</sup> la venta de determinados set-top-boxes que, presuntamente, permitían el acceso a contenidos digitales sin necesidad de estar suscrito a los correspondientes servicios, lo que a su entender podría contravenir la normativa audiovisual al ser un tipo de publicidad ilegal.

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. FUDAMENTOS 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:

*“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 [...]*”

---

<sup>1</sup> Wallapop es una plataforma digital “*que permite a los usuarios publicar ofertas para la compra-venta de una amplia variedad de artículos de su propiedad, así como la comunicación entre los usuarios ofertantes y los usuarios interesados en adquirir los artículos ofrecidos y la localización geográfica de los mismos, para completar la transacción*”. Términos y condiciones del site: <https://about.wallapop.com/condiciones-de-uso/>

*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 “.*

En consecuencia, esta Comisión es competente para analizar la denuncia remitida al circunscribirse la misma al análisis de compatibilidad del anuncio denunciado con los dictados de la LGCA, ámbito sobre el que despliega sus funciones esta Comisión.

En consecuencia, con lo indicado y atendiendo a lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la Ley CNMC 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 conocer este asunto es la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC.

## **Segundo. Actuaciones de control y supervisión realizadas**

Tal y como figura en los Antecedentes, la denuncia se dirige contra una publicidad realizada por un usuario dentro de la plataforma digital Wallapop en el que se anuncia, según el denunciante, la venta de dispositivos (set-top-boxes) que presuntamente permitirían el acceso a determinados servicios de comunicación audiovisual sin la necesidad de suscribirse al correspondiente servicio.

Esta Comisión no ha podido acceder al espacio digital donde se llevaba a cabo dicho anuncio, dado que el mismo, actualmente, ya no está disponible.

No obstante lo anterior, y con independencia de la naturaleza del bien promocionado, hay que señalar que la CNMC es competente para supervisar y controlar los servicios de comunicación audiovisual que emiten programas audiovisuales, entendiendo por tales, según el artículo 2.6 de la LGCA:

*“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 digital que se ofrece en dentro de una plataforma digital en internet.

Actualmente, aquellos anuncios de carácter digital que se insertan en plataformas , 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 sería 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 éste 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,

## **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 plataformas digitales.

**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.