Blog ECIJA 2.0

21 de Marzo de 2017

Esperanza López Prado

Abogada de ECIJA

La reventa de entradas por Internet, al filo de la ley

"VENDO UN BOLI BIC POR 100€ Y DE REGALO UNA ENTRADA PARA EL CONCIERTO DE LOS ROLLING STONES". ¿Cuántas veces has visto un anuncio como éste en foros, Redes Sociales o en plataformas como Viagogo, Seatwave, Stubhub, Ticketbis, Tengoentradas, Ebay o Wallapop?

Las nuevas tecnologías han dado luz a la reventa de tickets a través de Internet, siendo el vendedor el que fija el precio a su antojo.

Aunque ésta práctica puede resultar en ocasiones, beneficiosa para aquél que compró una entrada para un evento al que, finalmente, no va a poder asistir, en otras, puede dar lugar a un fraude o abuso. Y, es que, cada vez, se utiliza más la técnica del "scalping", consistente en la compra de un gran número de entradas en un breve lapso de tiempo (pocos minutos o incluso segundos) con el único fin de revenderlas. Incluso, se dice que las plataformas de reventa llegan, en ocasiones, a acuerdos con "empresas pro-sellers", las cuales operan con bots -robots de compra muy potentes- que hacen que las entradas se agoten en muy poco tiempo. Éste es uno de los motivos por los que muchas veces nos vemos envueltos en imposibles esperas virtuales que imposibilitan la compra de entradas, agotándolas en pocos minutos y colocándolas en el mercado de reventa a precios desorbitados.

Pero, ¿quiénes son los verdaderos perjudicados de todo esto? Sin duda alguna, los compradores interesados (seguidores o fans), quienes acaban adquiriendo entradas a precios mucho más elevados o entradas que no son válidas, bien porque infringen la prohibición de reventa del promotor del evento, o bien, porque son entradas duplicadas o falsas.

Y, ¿quiénes son los culpables de todo esto? ¿Los vendedores de entradas o los portales de reventa? Las plataformas de reventa defienden que son meros intermediarios y que su comportamiento no es ilegal, limitándose a actuar como nexo de unión, entre aquél que ha comprado una entrada para un evento al que no va a acudir, con el que se quedó sin localidades, permitiendo que el primero no pierda su dinero, pudiendo revender el ticket, y que el segundo disfrute del evento.

Muchas veces, las plataformas se protegen con textos legales que "limitan" su responsabilidad, otras veces, condicionan el cobro de la entrada por el vendedor hasta que el evento se haya celebrado y lo haya hecho en condiciones de normalidad y sin ningún tipo de incidencia. Lo cierto es que, aún cuando la mayoría de los portales actúan de buena fe, carecen de fórmulas efectivas para detectar localidades falsas.

A modo de ejemplo, hace tan solo unas semanas el cantautor Joaquín Sabina interponía una denuncia contra la plataforma Viagogo, por haber vendido ésta entradas para un concierto suyo en el Coliseum de A Coruña que no había sido anunciado. El precio de las localidades era de 560€, esto es, nada más y nada menos que el séxtuplo de lo que sería el precio medio de una entrada de ese tipo, precisando al respecto los promotores que, en su caso, el importe de un ticket no superaría los 90€.

El anterior no es, por supuesto, el único caso. Recientemente, se han desatado diversas polémicas por la venta de entradas para conciertos de artistas como Bruno Mars, U2, Alejandro Sanz o Lady

Gaga y, todo ello ha llevado al conocido cantante Alejandro Sanz a iniciar una protesta, bajo el lema *"Alianza Anti-reventa"*, contra las webs y aplicaciones que permiten la reventa masiva de entradas a precios desorbitados haciendo un llamamiento al Gobierno español y a las Comunidades Autónomas para elaborar una legislación acorde a la era digital, que prohíba con carácter general la reventa de entradas, reclamando la unidad del sector musical para promocionar el mercado oficial de venta de entradas. Protesta que ha sido apoyada y defendida por numerosos promotores, artistas, asociaciones de consumidores y partidos políticos.

Pero, ¿no es legal la reventa de entradas? ¿No hay ninguna norma que regule la misma? La regulación al respecto fue creada de cara al Mundial de Fútbol del 82, celebrado en España, y viene dada por el **Real Decreto 2816/1982, de 27 de agosto**, por el que se aprueba el **Reglamento de Policía de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas,** el cuál recoge en sus artículos 65 a 67 la reventa de entradas.

Así pues, la normativa de reventa de localidades de la que disponemos en la actualidad data de 1982, año en el que el uso de Plataformas Web e Internet era inexistente y, consecuente y lógicamente, solo hace mención expresa a la reventa de entradas a pie de calle, sin hacer referencia a la venta de localidades por Internet.

Pero, ¿podríamos aplicar por analogía lo dispuesto en el Reglamento para la reventa a pie de calle a la reventa por Internet? En este sentido, ¿podríamos tener en cuenta lo establecido en el artículo 3.1 del **Código Civil**, según el cual *"las normas se interpretarán según el sentido propio de sus palabras, en relación con el contexto, los antecedentes históricos y legislativos y la realidad social del tiempo en que han de ser aplicadas, atendiendo fundamentalmente al espíritu y finalidad de aquellas"* y extrapolar lo establecido en el artículo 67.2 a la venta a través de la red?

Dicha extrapolación sería discutible en atención a lo preceptuado en el artículo 25 de la Constitución Española, a cuyo tenor "*nadie podrá ser condenado o sancionado por acciones u omisiones que, en el momento de producirse no constituyen delito o falta o infracción administrativa según la legislación vigente aquel momento".*

Así pues, de conformidad con el principio de tipicidad, de obligada y plena aplicación en derecho administrativo como reiteradamente viene reconociendo la jurisprudencia de nuestros tribunales, no cabría esa aplicación analógica. Es éste "vacío legal" el que está permitiendo la actuación de los portales de reventa en España y la de los revendedores de entradas, aun cuando los más cautos utilizan el truco de vender una postal, una goma de borrar o un bolígrafo y regalar una entrada, en lugar de poner la localidad a la venta directamente ya que, puede que la normativa te impida vender determinadas cosas, pero, ¿existe alguna norma que te impida regalar lo que quieras a quien quieras?

¿Cuál puede ser la solución a todo esto? En algunos países, como Estados Unidos o Francia, ya se ha regulado la reventa de entradas en la Red, exigiendo, entre otras cosas, que la empresa organizadora del evento preste su consentimiento y que el sobreprecio de las entradas no traspase cierto porcentaje y otros países, como Reino Unido o Italia, están trabajando en dicha regulación.

En España, sin duda alguna, resulta preciso cubrir este vacío legal que está amparando situaciones abusivas y fraudulentas, haciendo que, incluso los propios afectados (véase la protesta del cantante malagueño) estén demandando una regulación al respecto que está tardando en dar respuesta a la problemática creada. Es de esperar que próximamente se apruebe una normativa que dé respuesta a la problemática creada en torno a la reventa de entradas por Internet y ampare los derechos tanto de los ciudadanos como de los artistas.

RECOMENDACIONES
COLABORADORES
BUSCADOR
BOLETINES
PUBLICA
CONTACTA
ACTUALIDAD
FIRMAS
PRÁCTICA JURÍDICA
GESTIÓN DEL DESPACHO
INFORMACIÓN JURÍDICA
OPINIÓN
BLOGS
FACEBOOK
TWITTER
LINKEDIN
RSS