

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE REQUIERE A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL PARA QUE INFORMEN SOBRE LA CALIFICACIÓN POR EDADES DE LAS OBRAS AUDIOVISUALES EN LOS ESPACIOS DE AUTOPROMOCIÓN RELATIVOS A SU COMERCIALIZACIÓN EN DVD U OTROS SOPORTES.

REQ/D TSA/010/16/PRESTADORES

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Eduardo García Matilla

D^a. Clotilde de la Higuera González

D. Diego Rodríguez Rodríguez

D^a. Idoia Zenarrutzabeitia Beldarraín

Secretario de la Sala

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Barcelona, a 9 de junio de 2016

Vista la denuncia de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en adelante, AUC) contra **MEDIASET ESPAÑA COMUNICACION, S.A.** la Sala de Supervisión Regulatoria adopta la siguiente resolución:

I. ANTECEDENTES

Primero.- Con fecha 30 de diciembre de 2015 tuvo entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN, por el que formula una denuncia contra el prestador del servicio de comunicación audiovisual **MEDIASET ESPAÑA COMUNICACION, S.A.** (en adelante, MEDIASET) y solicita la incoación de un expediente sancionador contra el operador de televisión por infracción de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en lo sucesivo, LGCA), al emitir el pasado 10 de diciembre de 2015 una autopromoción referida a la comercialización en DVD de la serie “El Príncipe”, en la que no se incluye la calificación por edades dada por el prestador del servicio, y considerar la falta de inserción de la calificación contraria a dicha Ley, en relación con la Ley 34/1988, de 11 de

noviembre, General de Publicidad y con la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine.

Segundo.- En el ejercicio de las facultades de inspección y supervisión que le atribuye el artículo 9 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC, y partiendo de la denuncia recibida por parte de AUC, esta Sala ha considerado oportuno analizar los espacios de autopromoción relativos a la comercialización de DVDS y otros soportes de obras audiovisuales (series de televisión) emitidos por parte de otros prestadores de servicios de comunicación audiovisual, y ha podido constatar que con carácter general se han emitido dichos espacios sin insertar ningún indicativo visual relativo a la calificación por edades de la obra audiovisual objeto de publicidad. Citamos a modo de ejemplo las siguientes emisiones:

OBRA AUDIOVISUAL	CANAL	HORA EMISIÓN	FECHA EMISIÓN
B&B/DVD	T5	24:55:04	26/01/2016
B&B/DVD	T5	12:37:20	28/01/2016
B&B/DVD	FDF-T5	20:21:42	26/01/2016
B&B/DVD	FDF-T5	24:46:48	03/02/2016
B&B/DVD	FDF-T5	17:26:27	05/02/2016
EL PRINCIPE/DVD-BLU RAY	T5	16:08:07	07/12/2015
EL PRINCIPE/DVD-BLU RAY	T5	16:10:01	02/12/2015
EL PRINCIPE/DVD-BLU RAY	T5	19:47:46	10/12/2015
EL PRINCIPE/DVD-BLU RAY	FDF-T5	14:31:43	25/11/2015
EL PRINCIPE/DVD-BLU RAY	FDF-T5	20:39:25	30/11/2015
LO MEJOR DE GYM TONY/DVD'S	CUATRO	21:26:22	04/12/2015
LO MEJOR DE GYM TONY/DVD'S	CUATRO	16:38:48	31/12/2015
LO MEJOR DE GYM TONY/DVD'S	ENERGY	10:18:29	11/12/2015
LO MEJOR DE GYM TONY/DVD'S	ENERGY	11:04:30	12/12/2015
LO MEJOR DE GYM TONY/DVD'S	DIVINITY	21:27:51	23/12/2015
MAR DE PLASTICO/DVD	A3	18:47:41	20/01/2016
MAR DE PLASTICO/DVD	LA SEXTA	12:07:29	12/01/2016
MAR DE PLASTICO/DVD	NOVA	12:52:40	19/01/2016
MAR DE PLASTICO/DVD	NEOX	18:27:13	13/01/2016
VELVET/DVD-BLU RAY	A3	19:40:50	19/01/2016
VELVET/DVD-BLU RAY	LA SEXTA	19:28:59	12/01/2016
VELVET/DVD-BLU RAY	NOVA	19:54:40	17/01/2016
VELVET/DVD-BLU RAY	MEGA	10:46:33	14/01/2016
CARLOS,REY EMPERADOR/DVD-BLU RAY	La1	4:20:29	03/01/2016
CARLOS,REY EMPERADOR/DVD-BLU RAY	La2	23:47:56	21/12/2015
EL MINISTERIO DEL TIEMPO/DVD-BLUE RAY	La1	20:27:49	22/02/2016

EL MINISTERIO DEL TIEMPO/DVD-BLUE RAY	La1	20:27:13	29/02/2016
OLMOS Y ROBLES,UNA PAREJA DE LEY/DVD	La2	14:48:32	10/12/2015
OLMOS Y ROBLES,UNA PAREJA DE LEY/DVD	La1	16:12:54	09/12/2015
AGUILA ROJA/DVD'S	La1	11:29:05	16/01/2016
AGUILA ROJA/DVD'S	La2	15:42:48	07/01/2016

II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

Primero. Habilitación competencial.

De conformidad con el artículo 9 de la Ley CNMC “*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 artículo 13.2 de la LGCA establece que:

“Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a emitir programas que informen sobre su programación o anuncios de sus propios programas y los productos accesorios derivados directamente de dichos programas.

*Estos programas y anuncios no se considerarán comunicación comercial a los efectos de esta Ley. No obstante, para la comunicación audiovisual televisiva, el tiempo dedicado a los anuncios publicitarios sobre sus propios programas y productos no podrá superar los 5 minutos por hora de reloj y **sus contenidos estarán sujetos a las obligaciones y prohibiciones establecidas con carácter general para la publicidad comercial.**”*

Y el artículo 18.7 del mismo texto legal determina que “*La comunicación comercial audiovisual también está sometida a las prohibiciones previstas en el resto de normativa relativa a la publicidad.*”

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.i) y 14.1.b) del Estatuto Orgánico de la CNMC, aprobado por Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, 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.- Calificación de las obras audiovisuales y publicidad de la calificación.

De conformidad con el artículo 5 del Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva, las autopromociones de productos son comunicaciones audiovisuales que informan sobre los productos accesorios derivados directamente de los programas del prestador del servicio de comunicación audiovisual, aprobado por Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se modifica el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva. En el caso que nos atañe, las promociones televisivas de los DVDs de determinadas series indicadas (como “El príncipe”, “Lo mejor de Gym Tony”, “Mar de plástico”, “Velvet”, “El ministerio del tiempo” o “Águila roja”), cuya titularidad sobre sus derechos ostentan los operadores de televisión, son autopromociones de productos del prestador televisivo.

En este sentido, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 13.2 *in fine* de la LGCA, los contenidos de estas autopromociones han de estar sujetos a las obligaciones y prohibiciones establecidas con carácter general para la publicidad comercial y, por tanto, han de respetar la normativa que regula la publicidad de las obras audiovisuales.

Esta normativa es la de carácter cinematográfico, y de acuerdo con la Ley del Cine, el artículo 4 define a las “Otras obras audiovisuales”, entre las que se encuentran las series de televisión, como aquellas obras que cumpliendo los requisitos de las películas cinematográficas, no están destinadas a ser exhibidas en salas cinematográficas, sino que llegan al público a través de otros medios de comunicación.

En relación a la obligación de calificación de las películas y obras audiovisuales, el artículo 8.1 de la Ley del Cine dispone que antes de proceder a la comercialización, difusión o publicidad de una película cinematográfica u obra audiovisual por cualquier medio o en cualquier soporte en territorio español, ésta deberá ser calificada por grupos de edades del público al que está destinada.

Y el artículo 9.1 de la Ley del Cine, en relación con la publicidad de la calificación de las obras audiovisuales, dispone que:

“Quienes lleven a cabo actos de comercialización, distribución, comunicación pública, publicidad, difusión o divulgación por cualquier medio de estas obras serán los responsables de que en dichos actos conste la calificación otorgada de manera que resulte claramente perceptible para el público.”

Así pues, en estos casos, cuando realicen actos de publicidad sobre las series de televisión sobre las que ostentan derechos de explotación, los operadores de televisión son los responsables de informar sobre la calificación por edades de dichas obras.

Tercero.- Valoración de la denuncia y actuaciones de control y supervisión realizadas.

Tal y como se ha indicado en los Antecedentes, las actuaciones de inspección y supervisión practicadas por esta Sala han permitido constatar que los espacios de autopromoción relativos a la comercialización de DVDS u otros soportes de obras audiovisuales emitidos por la mayor parte de los prestadores de los servicios de comunicación audiovisual no disponen de la calificación por edades otorgada por el prestador audiovisual en los casos contemplados en la normativa vigente.

A estos efectos, se ha de tener presente que el Real Decreto 1084/2015, de 4 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley del Cine, excluye en su artículo 6.4 de la calificación otorgada por el ICAA a las series de televisión y otras obras audiovisuales¹, las cuales han de ser calificadas por los prestadores de los servicios de comunicación audiovisual que las difundan, en virtud de lo establecido en el artículo 7.6 de la LGCA².

¹ “4. Estarán exceptuadas de lo dispuesto en los apartados anteriores, y se regirán por su normativa específica, las películas para televisión y las series de televisión, así como aquellas otras obras audiovisuales creadas para su divulgación a través de medios en los que su regulación específica contemple sistemas de autorregulación, códigos de conducta u otros mecanismos para el control de los contenidos divulgados por dichos medios, que se regirán por lo dispuesto en dicha normativa específica. No obstante, lo anterior, cuando dichas obras resulten beneficiarias de alguna ayuda recogida en el capítulo III de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, serán objeto de calificación por el ICAA.”

² “6. Todos los productos audiovisuales distribuidos a través de servicios de comunicación audiovisual televisiva deben disponer de una calificación por edades, de acuerdo con las instrucciones sobre su gradación que dicte el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales. La gradación de la calificación debe ser la homologada por el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia.

Se ha constatado que las obras audiovisuales objeto de comercialización señaladas tienen la correspondiente calificación por edades, otorgada por los prestadores del servicio de televisión en el momento en que se emitieron en el medio televisivo. Por ello, debería haberse insertado en dichos actos de publicidad relativos a la comercialización de los DVDS de las obras audiovisuales la calificación otorgada por el prestador del servicio, tal como se indica en el artículo 9.1 de la Ley del Cine.

En consecuencia, esta Sala entiende que la calificación por edades otorgada a las series de televisión analizadas, debe insertarse, en todo caso, en los actos de comercialización, difusión o publicidad de las obras audiovisuales, a los efectos de informar adecuadamente a los telespectadores.

Por ello, esta Comisión considera oportuno requerir a los prestadores de los servicios de comunicación audiovisual para que adopten en lo sucesivo las medidas oportunas para una correcta inserción de la calificación por edades en los espacios de autopromoción de las obras audiovisuales, según lo dispuesto en el artículo 9.1 de la Ley del Cine, en relación con los artículos 13.2 y 18.7 de la LGCA.

Cabe recordar que, conforme a lo dispuesto en los apartados 5 y 8 del artículo 58 de la LGCA, podrán ser consideradas infracciones graves: *“5. El incumplimiento de las instrucciones y decisiones de la autoridad audiovisual; [...] 8. La emisión de comunicaciones comerciales [...] que incurran en las prohibiciones establecidas en la normativa de publicidad”*.

En atención a lo anterior, la no adopción de las medidas a las que se refiere el requerimiento al que hace referencia la presente resolución podría dar lugar a la apertura de un procedimiento sancionador por infracción de los citados artículos de la LGCA y a la imposición de la multa prevista en el artículo 60 de la misma Ley.

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

RESUELVE

Único.- Requerir a todos los prestadores de los servicios de comunicación audiovisual para que, en el plazo de diez días contados desde la notificación de la presente Resolución, que informen sobre la calificación por edades de las

Corresponde a la autoridad audiovisual competente, la vigilancia, control y sanción de la adecuada calificación de los programas por parte de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva.”

obras audiovisuales en los espacios de autopromoción referidos a los actos de difusión, comercialización o publicidad de las citadas obras.

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.