

ACUERDO POR EL QUE SE ARCHIVA LA DENUNCIA PRESENTADA CONTRA LA CORPORACION DE RADIO Y TELEVISION ESPAÑOLA, S.A. POR LA EMISIÓN DE COMUNICACIONES COMERCIALES CONTRARIAS A LOS ARTÍCULOS 136 Y 141 DE LA LGCA, EN EL CANAL DE TELEVISIÓN LA 1

(IFPA/DTSA/023/24/CRTVE/PUBLICIDAD)

CONSEJO.SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D.^a Pilar Sánchez Núñez

Consejeros

D. Josep Maria Salas Prat

D. Carlos Aguilar Paredes

Secretaria

D.^a María Angeles Rodríguez Paraja

En Madrid, a 16 de mayo de 2024

Vista la denuncia presentada por un particular contra la **CORPORACION DE RADIO Y TELEVISION ESPAÑOLA, S.A.** (en adelante CRTVE), la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** adopta el siguiente acuerdo:

I. ANTECEDENTES

Primero.- Con fecha 18 de febrero de 2024, ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) una denuncia de un particular, en relación con la emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales de forma simultánea o paralelamente a los programas en el canal de televisión LA 1, el día 18 de febrero de 2024, a las 16:45 horas aproximadamente

La reclamación, en síntesis, plantea que la emisión de este tipo de contenido audiovisual no respeta lo señalado en los artículos 136 y 141 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA).

Segundo.- Con el fin de conocer con mayor detalle las circunstancias del caso y la conveniencia o no de iniciar el correspondiente procedimiento en lo que se refiere a las condiciones de emisión de las comunicaciones comerciales audiovisuales prevista en el Capítulo IV del Título VI de la LGCA, con fecha 22 de febrero de 2024 se remite a la CRTVE un escrito en el que se le comunica la apertura del período de información previa, concediéndole un plazo de diez días para que remita a esta Comisión la grabación del contenido objeto de reclamación, así como las alegaciones que estime convenientes respecto a la emisión del contenido referenciado.

Tercero.- Con fecha 7 de marzo de 2024, tiene entrada un escrito de contestación en el que el prestador CRTVE presenta tanto la grabación del contenido objeto de reclamación, así como las alegaciones que, en síntesis, señalan:

- Que los elementos gráficos solapados son autopromociones de sus programas que carecen de finalidad publicitaria con lo que no cumplen con los requisitos de la actual LGCA para ser calificados de anuncios publicitarios audiovisuales.
- Que a falta del desarrollo reglamentario señalado en el artículo 141.2 de la LGCA, estas inserciones se regulan por el artículo 7.1.c)¹ del

¹ El artículo 7.1.c) se refiere a que se excluyen del tiempo de cómputo dedicado a mensajes publicitarios a “aquellas sobreimpresiones sobre la programación de cualquiera de los canales del mismo prestador del servicio no comprendidas en la letra b) del artículo 4.2, por ser de carácter meramente informativo”.

RD1624/2011² por cuanto se limitan a informar sobre la programación del prestador del servicio y al amparo de tal regulación son utilizadas “*de forma continuada y pacífica por la totalidad de prestadores establecidos en nuestro país*”.

II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

PRIMERO. – Habilitación competencial

Con fecha 8 de julio de 2022 se publicó en el Boletín Oficial del Estado la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA) con la consiguiente modificación de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, LCNMC).

El apartado segundo del artículo 1 de la LCNMC, establece que esta Comisión “*tiene por objeto garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva en todos los mercados y sectores productivos, en beneficio de los consumidores y usuarios*”.

De conformidad con lo previsto en el apartado 10 del artículo 9 de la LCNMC corresponde a esta Comisión “*controlar y supervisar el cumplimiento de las obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito estatal, de conformidad con el título VI de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual*”.

Por otra parte, los apartados 14 y 16 del artículo 9 de la LCNMC, señalan que corresponde a esta Comisión “*supervisar la adecuación de los contenidos y comunicaciones comerciales audiovisuales con el ordenamiento vigente y con los códigos de autorregulación y corregulación, en los términos establecidos en el artículo 15 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual*” y “*velar por el cumplimiento de los códigos de autorregulación y corregulación sobre contenidos audiovisuales verificando su conformidad con la normativa vigente, en los términos establecidos en los artículos 12, 14 y 15 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual*”, respectivamente.

² Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba 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.

Por ello, de conformidad con lo anterior, esta Comisión es competente para conocer acerca de la reclamación formulada, dado que la misma se encuadra en lo relativo al control de contenidos audiovisuales, ámbito sobre el que esta Comisión despliega sus competencias.

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 Estatuto Orgánico de la CNMC, aprobado mediante el 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. – Marco jurídico

El canal de televisión LA 1 se emite en España por el prestador CRTVE, establecido en España, según consta en el Registro de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual³, por lo que, de conformidad con la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual⁴ y la LGCA, está sometido a la supervisión de esta Comisión.

El artículo 121.2 de la LGCA señala que *“los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen derecho a difundir comunicaciones comerciales audiovisuales a través de sus servicios de conformidad con lo previsto en este capítulo y en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, así como en la normativa específica para cada sector de actividad”*.

Asimismo, cabe destacar que, en virtud del artículo 155.2 de la LGCA, la responsabilidad administrativa por las infracciones de esta norma es exigible por la CNMC a los prestadores de servicio de comunicación audiovisual.

En su artículo 136, relativo a la identificación y diferenciación de la comunicación comercial audiovisual y respeto a la integridad del programa, la LGCA estipula lo siguiente:

³ Regulado en el Real Decreto 1138/2023, de 19 de diciembre, por el que se regulan el Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual, de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y de prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual y el procedimiento de comunicación previa de inicio de actividad.

⁴ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX%3A32018L1808>

“1. La comunicación comercial audiovisual cuyas características de emisión puedan confundir al espectador sobre su carácter publicitario incluirá una superimpresión permanente y legible con la indicación «publicidad».

2. La comunicación comercial audiovisual emitida en un servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal observará la debida diferenciación del resto de la programación, sin perjuicio de que se puedan utilizar otras técnicas publicitarias distintas del anuncio publicitario dentro de un programa cumpliendo siempre con los otros preceptos del presente capítulo.

3. La comunicación comercial audiovisual emitida en un servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal respetará la integridad del programa en el que se inserte y de las unidades que lo conforman.”

Por otra parte, el artículo 141 señala que, en el caso de la emisión de publicidad mediante el empleo de la pantalla dividida, superimpresiones o publicidad híbrida será de aplicación lo estipulado a continuación:

“1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal podrán difundir comunicaciones comerciales audiovisuales simultánea o paralelamente a los programas a través del uso de la misma pantalla, salvo en noticiarios y servicios religiosos.

2. Reglamentariamente se regulará el uso de transparencias, superimpresiones, publicidad virtual y pantalla dividida en la programación, sin perjuicio de lo previsto en el artículo 139 para acontecimientos deportivos.

3. En el caso de que los prestadores de servicios de comunicación audiovisual empleen técnicas basadas en publicidad híbrida o interactiva, se deberá respetar las disposiciones establecidas en el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, y en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, respecto al consentimiento de los usuarios y el tratamiento de sus datos personales.”

Finalmente, el artículo 7 de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española (en adelante LFRTVE⁵) señala, en lo relativo a los ingresos derivados de la actividad que:

“1. La Corporación de Radio y Televisión Española y sus sociedades prestadoras del servicio público podrán obtener ingresos sin subcotizar los precios de su actividad mercantil, por los servicios que presten y, en general, por

⁵ <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2009-13988>

el ejercicio de sus actividades, incluyendo la comercialización de sus contenidos, tanto de producción propia como de producción mixta o coproducción, siempre que los ingresos no procedan de actividades de publicidad, ni se trate de ingresos derivados de la prestación del servicio de comunicación audiovisual de acceso condicional, salvo por lo indicado en los apartados siguientes.

2. *Se autoriza a la Corporación de Radio y Televisión Española, SA, a realizar las siguientes actividades:*

a) *Comunicaciones comerciales audiovisuales excluidas del cómputo del límite cuantitativo recogidas en el artículo 137.2.a), b), c), d), e), f), g) e i) de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.*

b) *Emisión de programas y retransmisiones deportivas y culturales con contrato de patrocinio u otras formas de comunicación comercial asociadas a dichos patrocinios, que se enmarquen dentro de la misión de servicio público de la Corporación de Radio y Televisión Española, S.A., y limitados a la financiación de su adquisición o producción.*

c) *Comunicaciones comerciales audiovisuales procedentes de la explotación del servicio de comunicación audiovisual en el ámbito internacional.*

d) *Explotación de los contenidos en el ámbito digital.*

3. *A los efectos de la presente ley, se entiende por actividades de publicidad y televenta las definidas en el título VI de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual [...].”*

Por tanto, la CRTVE podrá incluir sobreimpresiones siempre y cuando cumpla con lo señalado en el artículo 7 de la citada LFRTVE.

III. VALORACIÓN DE LA RECLAMACIÓN

En el ejercicio de las facultades de control y supervisión determinadas en el artículo 9 de la LCNMC se han analizado las comunicaciones comerciales audiovisuales incluidas durante el transcurso de los programas emitidos en el canal LA 1, con fecha 18 de febrero de 2024, en la franja comprendida entre las 15:00 y las 17:00 horas aproximadamente, por el prestador del servicio de comunicación audiovisual CRTVE, a fin de comprobar el grado de cumplimiento de las condiciones establecidas por la legislación audiovisual vigente, en relación con lo establecido en los artículos 136 y 141 de la LGCA, relativos a la emisión

de comunicaciones comerciales audiovisuales de forma simultánea o paralelamente a los programas

A este respecto, resulta oportuno señalar que en el día y franja horaria arriba señala, en el canal LA1 se emitieron el programa “D CORAZÓN”, el programa de noticias de dicho canal y el largometraje “LA TERMINAL”. Se ha podido comprobar que en el noticiario no se emitió ninguna comunicación comercial audiovisual, mientras que en los otros dos programas mencionados se emitieron sobreimpresiones de autopromociones reguladas en el artículo 127⁶ de la LGCA.

Si bien la normativa exige que se observe la debida diferenciación de las comunicaciones comerciales con respecto a los programas, también es cierto que permite el empleo de técnicas publicitarias dentro de los programas siempre que sean distintas de la figura de anuncio publicitario⁷. En este sentido, el artículo 141 de la LGCA habilita la posibilidad de difundir comunicaciones comerciales de forma simultánea o paralela a los programas, siempre cumpliendo con los requisitos que la propia norma señala. En todo caso, las comunicaciones comerciales habrán de respetar la integridad del programa en el que se inserten y de las unidades que lo conforman.

Asimismo, aquellas comunicaciones comerciales audiovisuales cuyas características de emisión puedan confundir al espectador sobre su carácter publicitario, habrán de aparecer junto con la sobreimpresión de “publicidad”.

Una vez efectuado el análisis de dichas autopromociones se considera que la forma de presentación de estas sobreimpresiones no genera confusión en cuanto al carácter informativo del mensaje audiovisual que se presenta, con lo que no resultaría necesaria la inclusión de la sobreimpresión de “publicidad” junto

⁶ Artículo 127. Autopromoción. “1. Se considera autopromoción la comunicación comercial audiovisual que informa sobre el servicio de comunicación audiovisual, la programación, el contenido del catálogo del prestador del servicio de comunicación audiovisual, o las prestaciones del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, sobre programas, o paquetes de programación determinados, funcionalidades del propio servicio de comunicación audiovisual o sobre productos accesorios derivados directamente de ellos o de los programas y servicios de comunicación audiovisual procedentes de otras entidades pertenecientes al mismo grupo empresarial audiovisual. 2. Los mensajes audiovisuales o locuciones verbales ajenos a la programación o a los productos accesorios directamente derivados de programas incluidos en las autopromociones se considerarán anuncios publicitarios a todos los efectos.”

⁷ Artículo 126. Anuncio publicitario audiovisual. “Se considera anuncio publicitario audiovisual toda forma de comunicación comercial audiovisual de una persona física o jurídica, pública o privada, relacionada con su actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con objeto de promocionar el suministro de bienes o prestación de servicios, incluidos bienes inmuebles, derechos y obligaciones.”

con las mismas. Igualmente, a falta de un desarrollo reglamentario que especifique las limitaciones de estos elementos simultáneos puede considerarse que, si bien la presencia de la autopromoción es continua, dicha presentación no afecta significativamente a la integridad visual del programa. Por otra parte, dichas comunicaciones comerciales no se emiten junto con noticiarios ni servicios religiosos.

Es por ello que, a falta del desarrollo reglamentario señalado por la Ley en su artículo 141, no se aprecian elementos de juicio necesarios para entender que la inserción de estas autopromociones contradiga lo señalado en la LGCA. Por otra parte, tal y como señala el artículo 7 de la citada LFRTVE, la CRTVE está autorizada para emitir autopromociones ya que se trata de comunicaciones comerciales excluidas del cómputo del límite cuantitativo recogidas en el artículo 137.2.b) de la LGCA.

En definitiva, la inserción de estas comunicaciones comerciales audiovisuales durante el transcurso de los programas emitidos en el canal LA 1, con fecha 18 de febrero de 2024, en la franja comprendida entre las 15:00 y las 17:00 horas aproximadamente no incumplen lo dispuesto en los artículos 136 y 141 de la LGCA.

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

ACUERDA

ÚNICO. – Archivar la denuncia recibida contra CORPORACION DE RADIO Y TELEVISION ESPAÑOLA, S.A.

Comuníquese este Acuerdo a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual, publíquese en la página web de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (www.cnmc.es) y notifíquese a:

CORPORACION DE RADIO Y TELEVISION ESPAÑOLA, S.A.

Comuníquese al denunciante

Con esta resolución se agota la vía administrativa, si bien cabe interposición de recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.