

**ACUERDO POR EL QUE SE ARCHIVA LA DENUNCIA PRESENTADA CONTRA EL GRUPO AUDIOVISUAL MEDIASET ESPAÑA, S.A. POR LA EMISIÓN DE COMUNICACIONES COMERCIALES CONTRARIAS A LOS ARTÍCULOS 136 Y 141 DE LA LGCA, EN LOS CANALES DE TELECINCO Y CUATRO**

(IFPA/DTSA/025/24/MEDIASET/PUBLICIDAD)

**CONSEJO.SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

**Presidenta**

D.<sup>a</sup> Pilar Sánchez Núñez

**Consejeros**

D. Josep Maria Salas Prat

D. Carlos Aguilar Paredes

**Secretaria**

D.<sup>a</sup> María Angeles Rodríguez Paraja

En Madrid, a 16 de mayo de 2024

Vista la denuncia presentada por un particular contra el **GRUPO AUDIOVISUAL MEDIASET ESPAÑA, S.A.** (en adelante **MEDIASET**), 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 los canales de televisión TELECINCO y CUATRO, 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 MEDIASET 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 ATRESMEDIA presenta tanto las grabaciones del contenido objeto de reclamación como las alegaciones que, en síntesis, señalan:

- Que las sobreimpresiones emitidas (tanto si se consideran autopromociones como mera información de programa), por su contenido y su modo de presentación, no pueden llevar a confusión del espectador sobre su carácter informativo. Además, su propio modo de presentación, como elemento gráfico superpuesto digitalmente al contenido en emisión, permite con claridad diferenciarse del contenido editorial que se está emitiendo en ese momento.
- Que las sobreimpresiones respetan la integridad del programa en el que se inserta y de las unidades que lo conforman, ya que se mostraron en esquinas de la pantalla, en un tamaño reducido, de manera que, además de no dificultar el seguimiento del programa, se respetó en todo momento la integridad de los programas donde fueron insertadas.

- Que los programas en los que fueron emitidas no eran noticiarios ni servicios religiosos.

## 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 correulación, 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 correulación 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.

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**

Los canales de televisión TELECINCO y CUATRO, se emiten en España por el prestador MEDIASET, establecido en España, según consta en el Registro de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual<sup>1</sup>, por lo que, de conformidad con la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual<sup>2</sup> 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:

*“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.*

---

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX%3A32018L1808>

*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, sobreimpresiones 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, sobreimpresiones, 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.”*

### **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 emitidos durante el transcurso de los programas emitidos en los canales TELECINCO y CUATRO, 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 MEDIASET, 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 señalada, en el canal TELECINCO se emitieron el programa de noticias, seguido de los programas de deportes, del tiempo, y el programa “FIESTA”. Se ha podido comprobar que en el noticiero no se emitió ninguna comunicación comercial audiovisual, mientras que durante la emisión del programa “FIESTA” se

emitieron sobreimpresiones de autopromociones reguladas en el artículo 127<sup>3</sup> de la LGCA.

Por otra parte, en el canal CUATRO, en el día y franja horaria arriba señalada, se emitieron el programa de deportes, del tiempo y el largometraje “ABRAHAM LINCOLN, CAZADOR DE VAMPIROS”. Se ha podido comprobar que, durante la emisión de la película señalada, se emitieron sobreimpresiones de autopromociones.

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 publicitario<sup>4</sup>. 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 con las mismas, ni tampoco dicha presentación afecta a la integridad del

---

<sup>3</sup> 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.”

<sup>4</sup> 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.”

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.

En definitiva, la inserción de estas comunicaciones comerciales audiovisuales durante el transcurso de los programas emitidos los canales TELECINCO y CUATRO, 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 el GRUPO AUDIOVISUAL MEDIASET ESPAÑA, 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](http://www.cnmc.es)) y notifíquese a:

GRUPO AUDIOVISUAL MEDIASET ESPAÑA, 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.