

ACUERDO POR EL QUE SE ARCHIVA LA DENUNCIA PRESENTADA CONTRA ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A. POR LA EMISIÓN DE COMUNICACIONES COMERCIALES CONTRARIAS A LOS ARTÍCULOS 136, 137 Y 138 DE LA LGCA, EN EL CANAL LA SEXTA

(IFPA/DTSA/118/24/ATRESMEDIA/PUBLICIDAD)

CONSEJO.SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D.^a Pilar Sánchez Núñez

Consejeros

D. Josep Maria Salas Prat

D. Carlos Aguilar Paredes

Secretario

D. Miguel Bordiu García-Ovies

En Madrid, a 30 de julio de 2024

Vista la reclamación presentada por un particular contra la **ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A.** (en adelante ATRESMEDIA), la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** adopta el siguiente acuerdo:

I. ANTECEDENTES

Primero.-Reclamación presentada

Con fecha 25 de mayo de 2024, ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) una reclamación de un particular, en relación con un exceso de publicidad emitida en el canal LA SEXTA, del día 25 de mayo de 2024, durante la franja horaria entre las 18:00 y las 24:00 h, un exceso de interrupciones de programas para emitir comunicaciones comerciales audiovisuales, así como en lo relativo a la identificación y diferenciación de la comunicación comercial audiovisual y respeto a la integridad del programa.

La reclamación, en síntesis, plantea que se podría estar incumpliendo lo establecido en los artículos 136, 137 y 138 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA)

Segundo.- Apertura de período de información previa

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 4 de junio de 2024 se remite a ATRESMEDIA 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 información relativa al contenido objeto de reclamación, así como las alegaciones que estime convenientes respecto a la emisión del contenido referenciado.

Tercero.- Escrito de contestación por ATRESMEDIA

Con fecha 11 de junio de 2024, tiene entrada un escrito de contestación en el que el prestador ATRESMEDIA presenta información relativa al contenido objeto de reclamación, señalando que se han respetado los límites establecidos en la LGCA.

II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

PRIMERO. – Habilitación competencial

El artículo 1 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, LCNMC), establece su competencia para “*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”, para lo que ejercerá sus funciones “en relación con todos los mercados o sectores económicos”.

En este sentido, el artículo 9 de la LCNMC reconoce la competencia de esta Comisión en materia de *“supervisión y control del correcto funcionamiento del mercado de comunicación audiovisual”.*

Asimismo, 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

El canal de televisión LA SEXTA, se emite en España por el prestador ATRESMEDIA, establecido en España, según consta en el Registro de

Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual¹, por lo que, de conformidad con la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual² 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.

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 137 establece un límite cuantitativo a la emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales, señalando que:

¹ 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.

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

“1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal podrán emitir comunicaciones comerciales audiovisuales con los siguientes límites cuantitativos:

a) Máximo de ciento cuarenta y cuatro minutos entre las 6:00 y las 18:00 horas.

b) Máximo de setenta y dos minutos entre las 18:00 y las 24:00 horas.

2. Se excluyen expresamente del cómputo previsto en el apartado anterior los siguientes tipos de comunicaciones comerciales y contenidos audiovisuales:

a) Marcos neutrales presentes entre el contenido editorial y los anuncios publicitarios o de televenta, y entre los propios anuncios publicitarios.

b) Autopromoción.

c) Patrocinio.

d) Emplazamiento de producto.

e) Espacios de promoción de apoyo a la cultura europea.

f) Anuncios de servicio público o de carácter benéfico.

g) Espacios de televenta.

h) Publicidad híbrida, interactiva o prestada mediante televisión conectada.

i) Sobreimpresiones que formen parte indivisible de la retransmisión de acontecimientos deportivos y por las que el prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal no perciba contraprestación alguna.

3. Cualquier otro tipo de comunicación comercial audiovisual no definida en la sección 2.^a se someterá al límite cuantitativo previsto en el apartado 1 de este artículo”.

Finalmente, en su artículo 138, relativo a las interrupciones de programas para emitir comunicaciones comerciales audiovisuales, la LGCA estipula lo siguiente:

“1. La emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales debe respetar la integridad del programa en el que se inserta y de las unidades que lo conforman.

2. La transmisión de películas realizadas para televisión (con exclusión de las series, los seriales y los documentales), películas cinematográficas y noticiarios

podrá ser interrumpida para emitir comunicaciones comerciales audiovisuales una vez por cada periodo previsto de treinta minutos como mínimo.

3. La transmisión de programas infantiles podrá ser interrumpida para emitir comunicaciones comerciales audiovisuales una vez por cada periodo ininterrumpido previsto de treinta minutos como mínimo, si el programa dura más de treinta minutos.

4. Se prohíbe insertar comunicaciones comerciales audiovisuales durante la emisión de los servicios religiosos”.

Por tanto, únicamente en el caso de las películas cinematográficas, películas realizadas para la televisión, noticiarios, programas infantiles o servicios religiosos, la LGCA establece unos límites en lo que se refiere al número de interrupciones publicitarias permitidas.

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 el canal de televisión LA SEXTA en el día 25 de mayo de 2024 durante la franja horaria entre las 18:00 y las 24:00 horas por el prestador del servicio de comunicación audiovisual ATRESMEDIA, 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, 137 y 138 de la LGCA relativos a identificación y diferenciación de las comunicaciones comerciales audiovisuales y respeto a la integridad del programa, así como a los límites cuantitativos en función de la franja horaria de emisión y a los límites de interrupciones de programas para emitir comunicaciones comerciales.

Primero. Identificación y diferenciación de las comunicaciones comerciales

A este respecto, resulta oportuno señalar que, en el día y franja horaria arriba señalada, en el canal LA SEXTA se emitieron la película “WHITEOUT”, los programas de noticias, de deportes, del tiempo, y los programas de actualidad “SÁBADO CLAVE” y “LA SEXTA XPLICA!”.

Se ha podido comprobar que durante el transcurso de la película “WHITEOUT” y del programa “LA SEXTA XPLICA!” se emitieron sobreimpresiones de autopromociones reguladas en el artículo 127³ 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 publicitario⁴. En este sentido, el artículo 141⁵ 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

³ 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.”

⁴ 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.”

⁵ Artículo 141. Pantalla dividida, sobreimpresiones y publicidad híbrida “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. 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”.

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 programa. Por otra parte, dichas comunicaciones comerciales no se emiten durante noticiarios o 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 en el canal de televisión LA SEXTA, en el día 25 de mayo de 2024, durante la franja horaria entre las 18:00 y las 24:00 horas, no incumple lo dispuesto en el artículo 136 de la LGCA.

Segundo. Límites cuantitativos

En cuanto a los límites cuantitativos que establece la LGCA en la emisión de comunicaciones comerciales, el artículo 137.1.b) señala que para la franja horaria situada entre las 18:00 y las 24:00 horas, los prestadores podrán emitir comunicaciones comerciales con el máximo de setenta y dos minutos, teniendo en cuenta aquellos tipos excluidos del cómputo que aparecen señalados en el 137.2 de la LGCA.

Una vez analizada la documentación obrante en el expediente, se ha podido comprobar que ATRESMEDIA, en su canal de televisión LA SEXTA, en el día 25 de mayo de 2024, durante la franja horaria comprendida entre las 18:00 y las 24:00 horas, no ha vulnerado lo dispuesto en el artículo 137.1b) de la LGCA, al no haber superado el límite de tiempo de emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales, regulado en dicho precepto.

Tercero. Interrupciones de programas

Finalmente, de conformidad con la reclamación presentada, procede el análisis del posible incumplimiento, por parte del prestador, de lo establecido en el artículo 138 de la LGCA.

El artículo 138 de la LGCA establece un límite en el número de interrupciones de programas para emitir comunicaciones comerciales audiovisuales para determinados tipos de programas. En el caso de películas y noticiarios se permite una interrupción por cada período previsto de treinta minutos como mínimo. En el presente caso, se ha podido comprobar que la película “WHITEOUT”, con una duración aproximada de 101 minutos, ha sido interrumpida en tres ocasiones y el programa de noticias, con una duración aproximada de 46 minutos, ha sido

interrumpido en una ocasión. Por tanto, dichas interrupciones habrían respetado lo establecido en el artículo 138 de la LGCA.

En definitiva, la inserción de interrupciones publicitarias durante el transcurso de los programas emitidos en los canales del prestador ATRESMEDIA, con fecha 25 de mayo de 2024 y en horario comprendido entre entre las 18:00 y las 24:00 horas, no incumplen lo dispuesto en el artículo 138 de la LGCA, al no superar en este tipo de programas el límite legalmente establecido de interrupciones para emitir comunicaciones comerciales, en función de la duración prevista del programa.

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

ACUERDA

ÚNICO. – Archivar la reclamación recibida contra ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A.

Comuníquese este Acuerdo a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual, publíquese en la página

ACUERDO POR EL QUE SE ARCHIVA LA DENUNCIA PRESENTADA CONTRA ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A. POR LA EMISIÓN DE COMUNICACIONES COMERCIALES CONTRARIAS A LOS ARTÍCULOS 136, 137 Y 138 DE LA LGCA, EN EL CANAL LA SEXTA

(IFPA/D TSA/118/24/ATRESMEDIA/PUBLICIDAD)

CONSEJO.SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D.^a Pilar Sánchez Núñez

Consejeros

D. Josep Maria Salas Prat

D. Carlos Aguilar Paredes

Secretario

D. Miguel Bordiu García-Ovies

En Madrid, a 30 de julio de 2024

Vista la reclamación presentada por un particular contra la **ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A.** (en adelante ATRESMEDIA), la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** adopta el siguiente acuerdo:

web de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (www.cnmc.es) y notifíquese a los siguientes interesados:

ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A.

Con este acuerdo 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.