

**ACUERDO POR EL QUE SE DA CONTESTACIÓN A LA
CONSULTA FORMULADA POR LA CORPORACIÓN DE RADIO Y
TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S.A., EN RELACIÓN CON LOS
PLANES DE EXPLOTACIÓN PUBLICITARIA PREVISTOS PARA
EL PROGRAMA DECOMASTERS**

(CNS/DTSA/987/25/CRTVE)

CONSEJO. SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Josep Maria Salas Prat

Consejeros

D. Carlos Aguilar Paredes
D.ª María Jesús Martín Martínez
D. Enrique Monasterio Beñaran

Secretario

D. Miguel Bordiu García-Ovies

En Barcelona, a 29 de enero de 2026

La **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** acuerda dar la presente contestación a la consulta planteada por la Corporación de Radio y Televisión Española S.A. (CRTVE, en adelante):

I. PLANTEAMIENTO DE LA CONSULTA

Con fecha 7 de noviembre de 2025 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la CRTVE en el que traslada a esta CNMC una consulta en relación con la adecuación al marco legal vigente, en concreto a lo previsto en el artículo 7.2 a) y b) de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española (LFCRTVE), de los planes de explotación comercial planificados por la CRTVE para un nuevo programa denominado DECOMASTERS, ya que, según se expone, la mecánica y contenidos del citado programa pueden suponer un marco apropiado para una explotación publicitaria intensiva.

Con la consulta, la CRTVE acompaña documentación referida a las características, formato y desarrollo del programa, así como a las comunicaciones comerciales que se prevén incluir.

II. HABILITACIÓN COMPETENCIAL

De conformidad con 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), 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”.

En este sentido, los apartados 7 y 10 del artículo 9 de la LCNMC, relativos a la competencia de “supervisión y control en materia de mercado de la comunicación audiovisual”, señalan que corresponde a la CNMC: “7. Supervisar y controlar el cumplimiento por los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal de lo establecido en materia de ingresos procedentes de comunicaciones comerciales en la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española” y “10. 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, el artículo 5.2 de la LCNMC señala que la CNMC “actuará como órgano consultivo sobre cuestiones relativas al mantenimiento de la competencia efectiva y buen funcionamiento de los mercados y sectores económicos”.

En consecuencia, la CNMC es el organismo competente, tomando en consideración igualmente el artículo 53.1.f) de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común, en cuanto autoridad reguladora, para conocer del escrito remitido por CRTVE, al circunscribirse al ámbito interpretativo

y de aplicación del citado artículo 7.2 de la LFCRTVE, en relación con lo dispuesto en el capítulo IV del título VI de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (LGCA), 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 resolver esta consulta es la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC.

III. MARCO JURÍDICO APLICABLE Y ANÁLISIS DE LA CONSULTA

La CNMC puede orientar a los interesados en relación con los requisitos jurídicos de las actuaciones que el interesado se proponga realizar. Para ello podrá resolver consultas sobre cuestiones generales o con una especial proyección que entren dentro del ámbito de su competencia.

El ejercicio de esta función consultiva no sustituye ni afecta a las actuaciones concretas que esta Comisión pueda ejecutar como parte de sus funciones de supervisión. En concreto, la formulación de consultas y su resolución es independiente del análisis que debe hacerse durante la instrucción y resolución de los procedimientos legalmente establecidos, especialmente en el ámbito sancionador.

Sentado lo anterior, se aborda a continuación un análisis general u orientativo de los requisitos generales normativos establecidos en relación con las actuaciones descritas por la CRTVE en su consulta.

Según se recoge en la documentación aportada, se prevé que el programa DECOMASTERS contenga la figura del patrocinio, del emplazamiento de producto, así como comunicaciones comerciales tanto en RTVE Play como en redes sociales.

Con carácter previo, debe señalarse que el artículo 7 LFCRTVE no discrimina entre los diferentes servicios de comunicación audiovisual, por lo que las disposiciones relativas a los ingresos derivados de la actividad de la CRTVE resultan plenamente aplicables, en lo que ahora nos interesa, al servicio audiovisual televisivo lineal y al televisivo a petición.

El apartado primero de dicho artículo establece, como regla general, el principio de que la CRTVE no puede obtener ingresos que procedan de actividades de publicidad o que deriven de la prestación del servicio de comunicación audiovisual de acceso condicional, salvo las excepciones que se desarrollan en los apartados siguientes. Así, en lo que a la presente consulta se refiere:

“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.”

De acuerdo con lo contenido en estos dos apartados, la CRTVE puede obtener ingresos a través de las siguientes actividades:

(i) Emisión de comunicaciones comerciales excluidas del cómputo del límite cuantitativo y que se recogen en el artículo 137 LGCA:

- Marcos neutrales (artículo 137.2.a LGCA).
- Autopromociones (artículo 137.2.b LGCA).
- Patrocinios (artículo 137.2.c LGCA).
- Emplazamientos de producto (artículo 137.2.d LGCA).
- Espacios de promoción de la cultura europea (artículo 137.2.e LGCA).
- Anuncios de servicio público o de carácter benéfico (artículo 137.2.f LGCA).
- Espacios de televenta (artículo 137.2.g LGCA).
- 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 (artículo 137.2.i. LGCA).

(ii) Patrocinios u otras formas de comunicación comercial asociadas a estos patrocinios, vinculados a la emisión de programas y retransmisiones deportivas y culturales, que se enmarquen en la misión de servicio público de la CRTVE y limitados a la financiación de su adquisición o producción.

(iii) Explotación de contenidos en el ámbito digital.

Por su parte, el artículo 7.3 LFCRTVE aclara que las actividades de publicidad y televenta deben entenderse conforme a lo establecido en el título VI de la LGCA.

III.1 Carácter cultural del programa DECOMASTERS

En relación con la exigencia contenida en el art. 7.2 b) LFCRTVE acerca del **carácter cultural del programa enmarcado dentro de la misión de servicio público de la Corporación**, cabe hacer las siguientes consideraciones:

1. El artículo 21 del *Mandato-Marco a la Corporación RTVE previsto en el artículo 4 de la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal, aprobado por los Plenos del Congreso de los Diputados y del Senado*, referido a los objetivos programáticos de servicio público, establece que “*La Corporación RTVE producirá y difundirá contenidos de calidad en todos los géneros y, en especial, aquellos que tengan carácter informativo, educativo, cultural y divulgativo, así como los de entretenimiento, dirigidos a la consecución de los objetivos generales de servicio público establecidos en el presente Mandato-marco [...]*”.

Como ya tuvo ocasión de manifestar esta CNMC en su *Informe sobre el cumplimiento de las obligaciones de servicio público por la Corporación Radio y Televisión Española y su financiación en los años 2019 y 2020*, las obligaciones programáticas recogidas en el Mandato-Marco determinan la misión de la Corporación de fomentar, proteger y desarrollar la cultura en todas sus variables. “*En este sentido, son constantes las alusiones a ésta en las misiones de servicio público de la CRTVE que van desde la necesidad de desarrollar una programación cultural que enfatice la diversidad, el conocimiento y el desarrollo de una identidad común, [...]”*¹.

2. Como ya advirtiese esta CNMC, “*la LGCA no define qué es un programa cultural, ni puede negarse que un programa cultural sea también de entretenimiento ni que un programa de entretenimiento sea al mismo tiempo cultural.*” y ello con independencia del criterio que se adopte por los distintos actores para su catalogación, dado que un programa puede tener una naturaleza diversa, de tal forma que un programa religioso pueda ser también un informativo, o que un programa informativo sea también un programa de deportes o toros, o que un programa de entretenimiento sea también un programa cultural².
3. Por otro lado, la Real Academia Española define Cultura como: “*3. f. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.*”. Asimismo, define Cultural como “*Perteneciente o relativo a la cultura*”.

¹ [MSP/DTSA/001/21](#), pág. 158.

² [IFPA/DTSA/210/23](#).

4. Por lo que se refiere al programa objeto de análisis, de la información existente en este momento previo al inicio de la emisión del programa parece derivarse que DECOMASTERS es un *talent show* de decoración en el que los concursantes deberán rediseñar, acondicionar y sacar el máximo partido a todo tipo de estancias reales, ya sean negocios o viviendas o pequeñas habitaciones.

Serán valorados por jueces que son profesionales de reconocido prestigio en el sector y se tendrán en cuenta el talento y la creatividad desplegadas a la hora de llevar a cabo las decoraciones exigidas.

Además, el programa también prevé mostrar pequeños trucos de decoración que permitan a los espectadores modificar espacios de una manera sencilla.

5. Este concurso propone, por tanto, poner en valor la decoración como elemento de armonía en los espacios fomentando la creatividad, la imaginación y el talento de los concursantes que serán valorados por expertos reconocidos en este sector.
6. Por todo cuanto antecede, cabe concluir que CRTVE deberá tomar en consideración las decisiones adoptadas por esta CNMC relativas a cuándo cabe apreciar que un programa tiene carácter cultural.

III. 2 Patrocinio

El art. 128 LGCA, referido al patrocinio establece que:

“1. Se considera patrocinio cualquier contribución que una persona física o jurídica, pública o privada, no vinculada a la prestación del servicio de comunicación audiovisual o del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, ni a la producción de obras audiovisuales, haga a la financiación del servicio de comunicación audiovisual, del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma o de vídeos generados por usuarios o de programas, con la finalidad de promocionar su nombre, marca, imagen, actividad o producto.

2. Se podrá patrocinar toda la programación, salvo los noticiarios y los programas de contenido informativo de actualidad.

3. El patrocinio respetará las siguientes condiciones:

a) Incluir el nombre, el logotipo, o cualquier otro símbolo, producto o servicio del patrocinador al principio, al inicio de cada reanudación posterior a una interrupción y al final del programa.

- b) *No afectar al contenido del programa o comunicación audiovisual patrocinados ni a su horario de emisión o presencia en el catálogo de manera que se vea afectada la responsabilidad editorial del prestador del servicio de comunicación audiovisual.*
- c) *No incitar directamente a la compra o arrendamiento de bienes o servicios, en particular, mediante referencias de promoción concretas a éstos.”*

III. 3 Emplazamiento de producto

El artículo 7.2 de la LFCRTVE permite, como excepción a la regla general de prohibición de emisión de comunicaciones comerciales, determinadas formas de comunicación comercial a CRTVE: aquellas excluidas del cómputo del límite cuantitativo recogidas en el artículo 137.2 de la LGCA, entre las cuales se encuentra el emplazamiento de producto.

Entre los tipos de comunicaciones comerciales audiovisuales, el emplazamiento de producto viene definido en el artículo 129.1 de la LGCA: “*Se considera emplazamiento de producto toda forma de comunicación comercial audiovisual que incluya muestre o se refiera a un producto, servicio o marca comercial de manera que figure en un programa o en un vídeo generado por usuarios, a cambio de una remuneración o contraprestación similar*”.

Así, el artículo 129 de la LGCA permite a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual incluir publicidad dentro de los programas audiovisuales siempre que las presentaciones de productos, servicios o marcas dentro de los programas carezcan de una carga promocional o apologética, los telespectadores estén advertidos de la existencia de estas presentaciones y se preserve la libertad editorial frente a intromisiones de los anunciantes en los programas.

Por su parte, el artículo 136.1 de la LGCA recuerda, respecto de las comunicaciones comerciales audiovisuales en el servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal, la obligatoriedad de identificación y diferenciación de la comunicación comercial audiovisual y el respeto a la integridad del programa.

III. 4 Comunicaciones comerciales en RTVE Play

Conforme a lo dispuesto en el artículo 7.2.d) de la LFCRTVE, la CRTVE está autorizada a obtener ingresos provenientes de la explotación de los contenidos en el ámbito digital.

En el preámbulo de la LGCA se explica que el término “*contenidos audiovisuales*” permite hacer referencia a “*programas*” y “*comunicaciones comerciales*” en el caso de los servicios de comunicación audiovisual.

RTVE PLAY es un servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición, respecto del que el artículo 142 de la LGCA establece:

“Artículo 142 Comunicaciones comerciales audiovisuales en el servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición”

“Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición tienen derecho a emitir comunicaciones comerciales audiovisuales de acuerdo con los límites previstos en la sección 1.^a, sección 2.^a y sección 3.^a, salvo lo previsto en el artículo 137”.

Así pues, CRTVE tiene derecho a emitir a través de RTVE PLAY comunicaciones comerciales audiovisuales de acuerdo con los límites citados anteriormente.

IV. CONCLUSIÓN

Conforme a lo expuesto, la CRTVE debe respetar los requisitos especificados en los apartados anteriores en las comunicaciones comerciales que emita.

Comuníquese este Acuerdo a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual y notifíquese a los interesados:

CORPORACIÓN DE RADIO TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S.A.

El presente documento se emite a título exclusivamente informativo, y únicamente sobre la base de la información aportada en su escrito y los textos normativos relacionados.