

**RESOLUCIÓN DEL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR, INCOADO A LA CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S. A., POR EL INCUMPLIMIENTO DE LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 13.2, PÁRRAFO SEGUNDO, DE LA LEY 7/2010, DE 31 DE MARZO, GENERAL DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

**SNC/D TSA/025/16/CRTVE**

**SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

**Presidenta**

D<sup>a</sup>. María Fernández Pérez

**Consejeros**

D. Eduardo García Matilla

D<sup>a</sup>. Clotilde de la Higuera González

D. Diego Rodríguez Rodríguez

D<sup>a</sup>. Idoia Zenarrutzabeitia Beldarraín

**Secretario de la Sala**

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 24 de noviembre de 2016

Vista la Propuesta de resolución del instructor, junto con las alegaciones presentadas y el resto de actuaciones practicadas en el expediente sancionador de referencia, la SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia acuerda lo siguiente:

**ANTECEDENTES DE HECHO**

**Primero.- Actuaciones previas**

En el ejercicio de las facultades de inspección y supervisión que en materia audiovisual tiene atribuidas la CNMC, la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual constató, según se desprende de los documentos que obran en las actuaciones previas practicadas del presente procedimiento (folios 1 a 83) que consistieron, básicamente, en la comprobación del tiempo dedicado a mensajes publicitarios y de televenta y de autopromociones en las emisiones realizadas por CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S.A., (en adelante CRTVE) en sus canales de televisión LA 1 y LA 2 habría podido vulnerar lo dispuesto en el artículo 13.2, párrafo 2º, de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante LGCA), al haber

superado el límite de tiempo de emisión dedicado a los anuncios publicitarios de sus propios programas y productos.

### **Segundo.- Acuerdo de incoación de procedimiento sancionador**

Con fecha 2 de junio de 2016, y a la vista de estos antecedentes, la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC acordó la incoación de un expediente sancionador a la entidad CRTVE por el presunto incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 13.2, párrafo segundo, de la LGCA, cuyos hechos están tipificados como infracción administrativa de carácter leve en el artículo 59.2 de la citada Ley. (Folios 84 a 88).

El 8 de junio de 2016 fue notificado el acuerdo de incoación al interesado, concediéndole un plazo de quince días para la presentación de alegaciones, documentos e informaciones y proponer pruebas, en su caso (folio 90).

### **Tercero.- Acceso al expediente a CRTVE**

Con fecha 17 de junio de 2016 se facilitó copia (folio 91) de la documentación que obra en el expediente a CRTVE y se le concedió la ampliación de plazo legalmente establecido para la presentación de alegaciones, documentos o informaciones, conforme a los establecido en el artículo 49 de la Ley 30/1992, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común (en adelante LRJPAC).

### **Cuarto.- Alegaciones de CRTVE al acuerdo de incoación**

CRTVE presentó escrito de alegaciones el 1 de julio de 2016 (folios 92 a 124), en el que, sucintamente, manifiesta:

- Que la definición de programa que hace la LGCA resulta insuficiente y poco concreta, lo que hace a la CNMC considerar al programa “TVE presenta”, causante de la práctica totalidad de los supuestos incumplimientos (salvo en tres casos), como autopromoción, y no contabilizarlo como programa como ha venido haciéndolo en los últimos años. Este cambio de criterio vulnera el principio de buena fe y confianza legítima.
- Que en el expediente se evidencian determinadas incongruencias y errores de contabilización que afectan a la determinación de la concurrencia de algunas infracciones por la CNMC y minan la credibilidad y sostenibilidad del procedimiento sancionador incoado por estos hechos a CRTVE.
- Se analiza cada una de las infracciones incoadas en el expediente sancionador.
- Que debe respetarse la presunción de inocencia al no haberse contabilizado hasta ahora por la CNMC, como autopromociones, este tipo de programas.

### **Quinto.- Trámite de audiencia**

Con fecha 27 de septiembre de 2016, la propuesta de resolución del procedimiento formulada por el instructor fue notificada a CRTVE (folios 125 a 159), a los efectos de lo previsto por el artículo 19.1 del Reglamento del Procedimiento para el Ejercicio de la Potestad Sancionadora, aprobado mediante el Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto (en adelante, Reglamento del Procedimiento Sancionador), concediéndole un plazo de quince días para formular alegaciones y presentar los documentos e informaciones adicionales que estimara pertinentes.

Asimismo, en la propuesta se acompañó como Anexo una relación de los documentos obrantes en el procedimiento a fin de que el interesado los conociera y pudiera obtener las copias de los que estimase conveniente (folio 140).

En la propuesta de resolución notificada a CRTVE se propone declarar a dicho operador responsable de la comisión de veinticuatro infracciones administrativas de carácter leve por incumplir el límite de tiempo de emisión de anuncios publicitarios sobre sus propios programas y productos, establecido en el artículo 13.2 de LGCA.

Asimismo, en la mencionada propuesta de resolución y en aplicación del artículo 59.2 de la LGCA y atendiendo a los criterios de graduación establecidos en el artículo 131.3 de la LRJPAC y 60 de la LGCA, se propone imponer a CRTVE una multa por importe de 209.714 €.

### **Sexto.- Alegaciones al trámite de audiencia**

CRTVE presentó alegaciones de fecha 17 de octubre de 2016 a la propuesta de resolución (folios 160 a 166) por las que solicita el archivo del expediente administrativo sancionador.

En síntesis, las alegaciones son las siguientes:

- Que ratifican todos los argumentos esgrimidos en su escrito de alegaciones de 1 de julio de 2016.
- Que en la propuesta de resolución la CNMC se limita a señalar que es la suma intérprete de la LGCA sin motivar suficientemente la sanción que propone, lo que le genera indefensión a CRTVE.
- Que los programas promocionales de CRTVE que la CNMC califica como autopromociones por tener una duración inferior a tres minutos, por emitirse durante bloques publicitarios y por consistir en la inserción de imágenes de los programas a los que se refieren, constituyen elementos unitarios dentro

del horario de programación de un canal por lo que, a su juicio, son programas de televisión.

- Que las actas de visionado contienen errores e incongruencias por lo que el expediente, construido sobre las mencionadas actas, está viciado *ab initio*.
- Que informar sobre los beneficios del ejercicio físico no supone una incitación a contratar los servicios de un gimnasio concreto debido a que no se mencionan las bondades del gimnasio. Tampoco se explica en la propuesta de resolución de qué manera se puede inducir al público a error, cuestión que le genera indefensión.
- Que la CNMC no prueba la comisión de las infracciones a diferencia de CRTVE que ha acreditado su inocencia. Además, CRTVE ha actuado conforme a una confianza legítima en la medida en que las emisiones como las que son objeto de sanción en el presente procedimiento las ha venido realizando desde hace 5 años con el beneplácito de la CNMC, motivo por el que sorprende el cambio caprichoso de su criterio al respecto.
- Que la propuesta de cuantificación de la sanción genera indefensión en cuanto que no se explica la relación entre la repercusión social y el importe de sanción propuesto, porque utiliza como criterio modulador la duración de publicidad cuando en ningún momento se trata de publicidad y porque CRTVE no ha recibido ningún ingreso por la emisión de los programas objeto de sanción en el presente procedimiento en cuanto que no puede emitir publicidad.

### **Séptimo.- Finalización de la Instrucción y elevación del expediente a la Secretaría del Consejo**

Por medio de escrito de fecha 20 de octubre de 2016, el Instructor ha remitido a la Secretaría del consejo de la CNMC la Propuesta de Resolución junto con el resto de documentos y alegaciones que conforman el expediente administrativo, debidamente numerado, en los términos previstos en el artículo 19.3 del Reglamento del Procedimiento Sancionador (folios 167-168)

### **Octavo.- Informe de la Sala de Competencia**

Al amparo de lo dispuesto en el artículo 21.2 a) de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC (en adelante, LCNMC) y del artículo 14.2.b) del Estatuto Orgánico de la CNMC, aprobado por el Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto (en adelante, Estatuto Orgánico de la CNMC), la Sala de Competencia de la CNMC acordó informar favorablemente y sin observaciones el presente procedimiento (folio 169).

## HECHOS PROBADOS

De la documentación obrante en el expediente han quedado probados, a los efectos de este procedimiento, los siguientes hechos:

### PRIMERO.- Incumplimiento del límite de tiempo de autopromoción

De acuerdo con las Actas de Visionado de 26 de mayo de 2016 (folios 28 a 31), de 27 de mayo de 2016 (folios 31 a 33 y 40), de 30 de mayo de 2016 (folios 34 a 39, 41 a 43, 45 y 51 a 54), de 31 de mayo de 2016 (folios 46 a 47, 49 y 55), de 1 de junio (folios 44, 50, 56 a 59) y 2 de junio de 2016 (folio 48), así como con los vídeos que constan en el expediente (folios 60 a 83), CRTVE ha incumplido en sus canales LA 1 y LA 2 el límite de 5 minutos por hora natural establecido para las autopromociones, según el detalle que se muestra en las siguientes tablas:

<b>CANAL: LA 1: HORAS DE RELOJ QUE INCUMPLEN EL LÍMITE DE 5 MINUTOS (Art. 13.2, párrafo 2º, de la Ley 7/2010)</b>			
<b>Fecha</b>	<b>Horas de reloj</b>	<b>Incumplimiento límite de tiempo Autopromoción</b>	<b>Ámbito</b>
01/03/16	22:00-23:00	1' 06"	Nacional
03/03/16	16:00-17:00	1' 40"	Nacional
04/03/16	16:00-17:00	0' 25"	Nacional
07/03/16	10:00-11:00	1' 50"	Nacional
08/03/16	16:00-17:00	1' 32"	Nacional
08/03/16	22:00-23:00	2' 35"	Nacional
09/03/16	16:00-17:00	1' 47"	Nacional
09/03/16	22:00-23:00	2' 52"	Nacional
10/03/16	10:00-11:00	1' 42"	Nacional
10/03/16	22:00-23:00	2' 07"	Nacional
11/03/16	16:00-17:00	0' 57"	Nacional
13/03/16	18:00-19:00	1' 27"	Nacional
14/03/16	10:00-11:00	1' 59"	Nacional
14/03/16	16:00-17:00	1' 49"	Nacional

<b>CANAL LA 2: HORAS DE RELOJ QUE INCUMPLEN EL LÍMITE DE 5 MINUTOS (Art. 13.2, párrafo 2º, de la Ley 7/2010)</b>			
<b>Fecha</b>	<b>Horas de reloj</b>	<b>Incumplimiento límite de tiempo autopromoción</b>	<b>Ámbito</b>
03/03/16	09:00-10:00	1' 51"	Nacional
05/03/16	07:00-08:00	4' 02"	Nacional
07/03/16	18:00-19:00	2' 08"	Nacional
10/03/16	11:00-12:00	1' 36"	Nacional
12/03/16	10:00-11:00	2' 15"	Nacional
12/03/16	21:00-22:00	4' 38"	Nacional
13/03/16	14:00-15:00	1' 11"	Nacional
15/03/16	07:00-08:00	2' 35"	Nacional
17/03/16	07:00-08:00	4' 04"	Nacional
17/03/16	10:00-11:00	1' 22"	Nacional

## **SEGUNDO.- Audiencia de los programas**

Se ha unido al expediente (folio 25 a 27) el informe de audiencias medias de las emisiones durante las franjas horarias en que se incumplieron los límites de tiempo para autopromoción en los canales LA 1 y LA 2, elaborado por la empresa Kantar Media, con los datos siguientes:

<b>Cadena</b>	<b>Fechas</b>	<b>Franjas</b>	<b>AM(000)</b>	<b>AM%</b>	<b>Cuota</b>
La1	01/03/2016	22:00 – 23:00	1694	4	10,2
	03/03/2016	16:00 – 17:00	500	1,2	4,3
	04/03/2016	16:00 – 17:00	824	1,9	6,8
	07/03/2016	10:00 – 11:00	269	0,6	9,2
	08/03/2016	16:00 – 17:00	597	1,4	5
		22:00 – 23:00	1603	3,8	9,3
	09/03/2016	16:00 – 17:00	876	2,1	7,1
		22:00 – 23:00	2798	6,6	15
	10/03/2016	10:00 – 11:00	253	0,6	9,6
		22:00 – 23:00	2525	5,9	13,3
	11/03/2016	16:00 – 17:00	827	1,9	7
	13/03/2016	18:00 – 19:00	1222	2,9	9,5
14/03/2016	10:00 – 11:00	240	0,6	10,01	

		16:00 – 17:00	542	1,3	4,6
La2	03/03/2016	09:00 – 10:00	34	0,1	1,4
	05/03/2016	07:00 – 08:00	8	0	1,2
	07/03/2016	18:00 – 19:00	404	1	3,7
	10/03/2016	11:00 – 12:00	63	0,1	1,8
	12/03/2016	10:00 – 11:00	132	0,3	3,8
		21:00 – 22:00	321	0,8	2,4
	13/03/2016	14:00 – 15:00	90	0,2	1
	15/03/2016	07:00 – 08:00	18	0	1,6
	17/03/2016	07:00 – 08:00	21	0	1,8
		10:00 – 11:00	12	0	0,5

## FUNDAMENTOS DE DERECHO

### **PRIMERO.- Habilitación competencial de la Comisión para resolver el presente procedimiento sancionador y legislación aplicable**

Las competencias de la CNMC para intervenir resultan de lo dispuesto en el artículo 29.1 de la LCNMC, que señala que la CNMC ejercerá la potestad de inspección y sanción de acuerdo con lo previsto por la normativa sectorial de aplicación en cada caso.

El procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora se rige por lo establecido en la LCNMC y en la LGCA, así como, en lo no previsto en las normas anteriores, por la LRJPAC, así como por el Reglamento del Procedimiento Sancionador.

Según el artículo 29.2 de la LCNMC, *“para el ejercicio de la potestad sancionadora, se garantizará la debida separación funcional entre la fase instructora, que corresponderá al personal de la dirección correspondiente en virtud de la materia, y la resolutoria, que corresponderá al Consejo”*. En consecuencia y atendiendo a lo previsto en los artículos 25.1.b) de la LCNMC y 18.1 y 21.b) y 22 del Estatuto Orgánico de la CNMC, corresponde a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual la instrucción de los procedimientos sancionadores. La resolución de dichos procedimientos corresponde a la Sala de Supervisión regulatoria de la CNMC, tal y como

prevén el artículo 14.1.b) de su Estatuto Orgánico de la CNMC y los artículos 9, 21.2 y 29.1 de la LCNMC.

## **SEGUNDO.- Objeto del procedimiento sancionador**

El objeto del presente procedimiento sancionador consiste en determinar si CRTVE ha podido vulnerar lo dispuesto en el artículo 13.2, párrafo 2º, de la LGCA, al haber superado, durante las horas de reloj y fechas que se indican en las tablas contenidas en el Hecho PRIMERO, el límite de tiempo de emisión dedicado a los anuncios publicitarios de sus propios programas y productos en sus canales LA 1 y LA 2.

## **TERCERO.- Tipificación de los hechos probados**

### **3.1.- Consideraciones generales**

El artículo 13.2 LGCA, relativo al derecho de los prestadores del servicio de televisión a emitir anuncios de autopromoción, establece lo siguiente:

*“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.”*

En relación con lo anterior, deben tenerse en cuenta las definiciones contenidas en los apartados 6 y 28 del artículo 2 de la LGCA:

*“6. Programas audiovisuales.*

*“a) Programa de televisión: Conjunto de imágenes en movimiento, con o sin sonido, que constituye un elemento unitario dentro del horario de programación de un canal o de un catálogo de programas. En todo caso son programas de televisión: los largometrajes, las manifestaciones deportivas, las series, los documentales, los programas infantiles y las obras de teatro originales, así como las retransmisiones en directo de eventos, culturales o de cualquier otro tipo”.*

*“28. Autopromoción.*

*La comunicación audiovisual que informa sobre la programación del prestador del servicio, sobre programas o paquetes de programación determinados o sobre los productos accesorios derivados directamente de ellos”.*

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 (en adelante, derecho a emitir autopromoción) está desarrollado por el 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 (en adelante RD 1624/2011).

El capítulo II del Real Decreto 1624/2011, dedicado a la autopromoción, distingue las autopromociones relativas a los avances de programación donde se informe sobre los próximos programas o paquetes de programación que se van a emitir en cualquiera de los canales del prestador de servicios de comunicación audiovisual (artículo 4.a); las sobreimpresiones o transparencias que no se limiten a informar sobre la programación de cualquiera de los canales del prestador de servicios de comunicación audiovisual o cuando redirijan a la página web de éste (artículo 4.b) y las autopromociones del canal o del prestador de servicios de comunicación audiovisual (artículo 4.c), de los anuncios que informen sobre los productos accesorios derivados directamente de los programas del prestador del servicio de comunicación audiovisual (artículo 5). Y el artículo 7 concreta cuales de los anteriores tipos de autopromoción **no** están sometidos al límite de los 5 minutos de autopromoción en el siguiente sentido: programas que informen sobre la programación (sin utilizar técnicas audiovisuales publicitarias o promocionales) y los rodillos que informen sobre algún cambio de la misma (artículo 7.1.a), secciones y contenidos dentro de programas con la misma finalidad de informar sobre la programación (artículo 7.1.b), sobreimpresiones a las que se refiere el artículo 4.b (artículo 7.1.c), los anuncios sobre productos accesorios de los programas cuando aun teniendo cierta relación con los contenidos de un programa, resulten ajenos al mismo, condición que se cumple cuando el prestador del servicio de televisión acredite la titularidad de sus derechos para la explotación económica del producto. Y añade el artículo 7.3 del RD 1624/2011, que tampoco computarán los mensajes de productos accesorios derivados de programas cuando vayan dirigidos a facilitar la participación del telespectador con el programa que se trate, lo que incluye todo mensaje cuyo objetivo sea participar en los programas o realizar determinadas votaciones que afecten al desarrollo del mismo, así como aquellos mensajes de opinión relativos al programa.

Las anteriores condiciones y demás elementos a tener en consideración a efectos del cálculo del límite de tiempo de emisión de autopromoción por hora de reloj han sido desarrollados por esta Comisión en los acuerdos de la Sala de Supervisión Regulatoria por los que se da contestación a diversas consultas formuladas por los operadores en materia de publicidad y autopromoción televisivas: Acuerdo de 17 de septiembre de 2014 por el que se da contestación a diversas consultas formuladas por los operadores en materia de publicidad y autopromoción televisivas (INF/DTSA/1356/14), Acuerdo de 22 de enero de 2015 por el que se da contestación a la consulta formulada por ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A. en relación con el Acuerdo INF/DTSA/1356/14 (INF/DTSA/1841/14) y el Acuerdo

de 22 de enero de 2015 por el que se da contestación a la consulta formulada por MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A. en relación con el Acuerdo INF/DTSA/1356/14 (INF/DTSA/1842/14).

Así, en el apartado VIII del acuerdo INF/DTSA/1356/14, tras complementar el concepto de la autopromoción acudiendo a la regulación y referencias que sobre la misma hace la Directiva de servicios de comunicación audiovisual, ayuda a aclarar lo anterior al detallar las características distintivas de la autopromoción como sigue:

1. En la autopromoción lo que se promociona son los propios programas del operador de televisión o aquellos productos accesorios directamente derivados de sus programas. Es decir, que en el caso de la autopromoción, el anunciante y el difusor son la misma persona.
2. En la autopromoción, al ser la misma persona el anunciante y el difusor, no existe contraprestación económica alguna, al menos de forma directa, por la ocupación del tiempo en el cual se emite el mensaje de autopromoción. Sin embargo, es cierto que puede haber un beneficio indirecto para el prestador del servicio debido al aumento de la audiencia de determinados programas que se promocionen, o bien al aumento general de la audiencia de la cadena, o beneficios provenientes de la comercialización de productos derivados directamente de programas cuya titularidad ostente el prestador del servicio de comunicación audiovisual.
3. Lo establecido en el artículo 4 y los apartados primero y segundo del artículo 7 del Reglamento de publicidad (RD 1624/2011), **la distinción entre las autopromociones relativas a la programación que computan en el límite de los 5 minutos por hora de reloj y las que se excluyen de cualquier cómputo de tiempo, viene determinada por el carácter publicitario o promocional en el primero de los casos, y por el carácter puramente informativo en el segundo, lo que justifica que no estén sometidas a cómputo alguno** destinados a mensajes publicitarios y de televenta.

Y en el acuerdo INF/DTSA/1841/14 se señaló la naturaleza material de la autopromoción relativa a la programación aclarando que la autopromoción es publicitaria pues constituye publicidad de los propios programas del operador de televisión o sus productos (autopublicidad). Lo que ocurre es que a los efectos jurídicos de lo dispuesto en la LGCA las autopromociones, ya sean meramente informativas o ya tengan un carácter promocional, no se consideran comunicaciones comerciales audiovisuales, por lo que no se les aplica las disposiciones previstas para éstas con carácter general en la LGCA salvo el límite de los 5 minutos por hora de reloj y, en cuanto al contenido, que estarán sometidas a las obligaciones y prohibiciones ahí establecidas.

En definitiva, de conformidad con todo lo anterior, las autopromociones, sean éstas meramente informativas o tengan un carácter promocional, no se

consideran comunicaciones comerciales audiovisuales, por lo que no se les aplican las disposiciones previstas para éstas con carácter general en la LGCA salvo el límite de los 5 minutos por hora de reloj cuando se trate de una de las siguientes:

- Avances de programación o publicidad de los propios programas a emitir que publiciten o promocionen dichos programas.
- Sobreimpresiones o transparencias que no se limiten a informar sobre la programación en cualquiera de los canales del prestador o que redirijan a su página web.
- Autopromoción de la propia cadena.
- Autopromoción de productos derivados o relacionados con los contenidos de un programa de televisión del canal y sobre los cuales ostente derechos de explotación de forma directa o indirecta.

Para asegurar el correcto ejercicio de la función encomendada a esta Comisión por el artículo 9.6 de la LCNMC, el principal sistema de identificación y comprobación utilizado para la determinación de los hechos infractores lo constituye el visionado de las grabaciones de las emisiones y su posterior plasmación en actas de visionado. Estas actas de visionado consisten en unas tablas donde se asignan los distintos contenidos computables dentro del límite de los 5 minutos calificándolos como autopromoción de producto (art 5 RD 1624/2011), autopromoción de programa (artículo 4.a y 4.b RD 1624/2011), autopromoción del prestador (artículo 4.c RD 1624/2011) y otros conceptos no computables (artículos 7.1, 7.2, 7.3, y 18, 2º párrafo RD 1624/2011). Es decir, dichas actas de visionado hacen viable la identificación de cualquier anuncio o programa emitido que debe computar dentro del límite de los 5 minutos.

Por lo tanto, en virtud de lo reflejado en las actas de visionado, por cada franja horaria se puede determinar<sup>1</sup> el cómputo total de la autopromoción computable en el límite de los 5 minutos por hora de reloj y determinar si se ha producido una infracción del artículo 13.2 de la LGCA.

### **3.2 Cumplimiento de los requisitos del ilícito**

A continuación se procederá a comprobar si, en los días y franjas horarias señalados en el Hecho probado PRIMERO, CRTVE ha superado el límite de los 5 minutos por hora de reloj dedicado a emitir anuncios publicitarios sobre sus propios programas y productos en cada canal (LA 1 y LA 2) tras excluir aquellos anuncios que no reúnen las condiciones y requisitos para ser considerados autopromoción computable en el mencionado límite.

---

<sup>1</sup> Utilizando la siguiente fórmula: Exceso de autopromoción por franja horaria=Tiempo total computable en segundos – 300 segundos (5 minutos).

- **Emisiones de autopromoción en el canal LA 1**

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 1 de marzo de 2016 en la franja horaria de 22:00 a 23:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 66 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitieron dos autopromociones de producto (Revista Saber Vivir y Revista Aprende Inglés con TVE), por un total de 40 segundos, y varios espacios de autopromoción de programa (avances de programación de la película “Peligro Inminente”, del especial informativo “Debate de Investidura en el Congreso”, de “El Debate de la 1”, de “El Caso: Crónica de Sucesos”, de “Insurgente: la guerra Divergente”, de “Cuéntame Como Pasó”, de “Ochéntame Otra Vez: Más Música Por Favor”, de “Torres en la Cocina”, de “Liga Endesa en TVE”, de “Masterchef” y de la película “El Mensajero” y de “El Ministerio del Tiempo”), por un total de 326 segundos.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 61), se ha podido comprobar que la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta y procede confirmar el exceso sobre el límite de los 5 minutos por hora natural en la referida franja horaria del día 1 de marzo de 2016 (**66 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 3 de marzo de 2016 en la franja horaria de 16:00 a 17:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 101 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitieron autopromociones de producto (Revista Saber Vivir, Revista Aprende Inglés con TVE y sobre el libro del programa de TVE “Torres de Cocina”), por un total de 70 segundos, y varios espacios de autopromoción de programa (“Cuéntame Cómo Pasó”, de “Ochéntame Otra Vez: Más Música Por Favor”, de “El Caso: Crónica de Sucesos”, de “José Mota presenta”, de las películas “El Mensajero” e “Insurgente” y de Liga BBVA: “RCD Español-Real Betis”), por un total de 330 segundos.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 62), se ha podido comprobar que la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta aunque procede reducir un segundo en el cómputo del exceso del límite de los 5 minutos por hora natural en la referidas franja horaria del día 3 de marzo de 2016 (**100 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 4 de marzo de 2016 en la franja horaria de 16:00 a 17:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 25 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitió una autopromoción de producto (Revista Saber Vivir y Revista Aprende Inglés con TVE), por un total de 30 segundos, y cuatro espacios de autopromoción de programa (avances de programación de “El Caso: Crónica de Sucesos”, “Especial informativo de la 1: Segunda votación de investidura”, “José Mota Presenta”, Sesión de Tarde: “En tu casa o en la Mía”, “Julia y el Oficial”, Informe Semanal: “Especial sesión de investidura”, Fútbol Liga BBVA: “RCD Deportivo-Málaga CF”, Película “Taxi 3”, “Torres en la cocina”, “En la tuya o en la mía”, La película de la semana: “El Mensajero”, “Unidad de Elite” y “El Ministerio del Tiempo), por un total de 295 segundos.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 63), se ha podido comprobar la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta y procede confirmar el exceso sobre el límite de los 5 minutos por hora natural en la referida franja horaria del 4 de marzo de 2016 (**25 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 7 de marzo de 2016 en la franja horaria de 10:00 a 11:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 118 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitió una autopromoción de producto (“Suscripción al Club Gente Saludable de TVE”), de 60 segundos, varias autopromociones de programas (“El Caso: Crónica de Sucesos”, “El Ministerio del Tiempo”, Película “The Score: Un Golpe Maestro”, “Acacias 38”, “Seis Hermanas”, “En la tuya o en la mía”, La película de la semana: “Insurgente: la serie divergente” y “Masterchef”) por un total de 258 segundos y una autopromoción de TVE (“El mejor plan está en La 1”) de 32 segundos.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 64), se ha podido comprobar que la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta aunque procede reducir ocho segundos en el cómputo del exceso del límite de los 5 minutos por hora natural en la referidas franja horaria del día 7 de marzo de 2016 (**110 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 8 de marzo de 2016 en la franja horaria de 16:00 a 17:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 93 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitieron varios espacios de autopromoción de programa (“En tu casa o en la mía”, de “Cuéntame Cómo Pasó”, de “José Mota Presenta” y de La película de la semana: “Insurgente: La serie Divergente”, “Masterchef”, “Liga BBVA: Rayo Vallecano-SD Éibar”, de “The Score: Un Golpe Perfecto” y de “El Caso: Crónica de Sucesos”) por un total de 320 segundos y una autopromoción de RNE (“Las Mañanas de radio nacional: “Alfredo Menéndez-RNE”) de 12 segundos de duración.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 65), se ha podido comprobar que la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta aunque procede reducir un segundo en el cómputo del exceso del límite de los 5 minutos por hora natural en la referidas franja horaria del día 8 de marzo de 2016 (**92 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 8 de marzo de 2016 en la franja horaria de 22:00 a 23:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 156 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitieron varios espacios de autopromoción de programa (“El caso: Crónica de Sucesos”, “En la tuya o en la mía”, “Comando Actualidad”, La película de la semana: “Insurgente: La serie Divergente”, “Lara Croft-Tomb Raider”, “Torres en la Cocina”, Liga Endesa de Baloncesto, Liga BBVA: “Rayo Vallecano-SD Éibar”, la película “Anaconda”, “Cuéntame Cómo Pasó”, “Ochéntame Otra Vez: Soy rebelde”, “Masterchef” y de la película “The Score: Un Golpe Perfecto”) por un total de 445 segundos y una autopromoción de RNE (“Las Tardes del Ciudadano García: Esto me suena”) de 10 segundos de duración.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 66), se ha podido comprobar que la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta aunque procede reducir un segundo en el cómputo del exceso del límite de los 5 minutos por hora natural en la referidas franja horaria del día 8 de marzo de 2016 (**155 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 9 de marzo de 2016 en la franja horaria de 16:00 a 17:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 112 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitieron varios espacios de autopromoción de programa (“En la Tuya o en la Mía”, “Comando Actualidad”, “El Debate de La 1 con Julio Somoano”, “Cuéntame cómo Pasó”, “Masterchef”, Liga BBVA: “Rayo Vallecano-SD Éibar”, “José Mota Presenta”, “Insurgente: La serie Divergente”, “Lara Croft-Tomb Raider” y “El caso: Crónica de Sucesos”), por un total de 407 segundos.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 67), se ha podido comprobar que la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta aunque procede reducir cinco segundos en el cómputo del exceso del límite de los 5 minutos por hora natural en la referidas franja horaria del día 9 de marzo de 2016 (**107 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 9 de marzo de 2016 en la franja horaria de 22:00 a 23:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 175 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitió una autopromoción de producto (Libro del programa de TVE: “Torres en la Cocina”), de 20 segundos de duración, y varios espacios de autopromoción de programa (“El Caso: Crónica de Sucesos”, “Cuéntame Como Pasó”, “Ochéntame Otra Vez”, “José Mota Presenta”, “Liga Endesa en TVE”, Liga BBVA: “Rayo Vallecano-SD Éibar”, la película “Anaconda” y la serie “El Ministerio del Tiempo”, “Masterchef”, “Comando Actualidad”, “El debate de La 1”, La película de la semana: “Insurgente: la serie divergente” y de “Lara Croft-Tomb Raider”) por un total de 452 segundos de duración.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 68), se ha podido comprobar que la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta aunque procede reducir tres segundos en el cómputo del exceso del límite de los 5 minutos por hora natural en la referidas franja horaria del día 9 de marzo de 2016 (**172 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 10 de marzo de 2016 en la franja horaria de 10:00 a 11:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 119 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitieron dos autopromociones de producto (“Club Gente Saludable de TVE” y sobre el CD “Rodio Clásica 50 Aniversario”), por un total de 117 segundos, y varios espacios de autopromoción de programa (“Cuéntame Cómo Pasó”, de “Ochéntame Otra Vez”, “José Mota Presenta”, “Mi Bonita Familia Italiana”, “Un Amor de Diseño”; Fútbol Liga BBVA: Rayo Vallecano-SD Éibar, “Anaconda”, La película de la semana: “La Serie Divergente: Insurgente”, “Lara Croft: Tomb Raider” y de “El Ministerio del Tiempo”), por un total de 285 segundos.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 69), se ha podido comprobar la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta aunque procede reducir diez y siete segundos en el cómputo del exceso del límite de los 5 minutos por hora natural en la referidas franja horaria del día 10 de marzo de 2016 (**102 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 10 de marzo de 2016 en la franja horaria de 22:00 a 23:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 127 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitió una autopromoción de producto ((Libro del programa de TVE: “Torres en la Cocina” y de la revista “Saber Cocinar”), por un total de 30 segundos, y varios espacios de autopromoción de programa (“El Caso: Crónica de Sucesos”, “Ochéntame Otra Vez”, “José Mota Presenta”, “Torres en la Cocina”, “Masterchef”, “Insurgente: la serie Divergente”, “Lara Croft: Tomb Raider”, “El Ministerio del Tiempo”, “Mi Bonita Familia Italiana”, y de “Un Amor de Diseño”), por un total de 286 segundos y una autopromoción de RNE (“No es un día cualquiera”) de 11 segundos de duración.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 70), se ha podido comprobar la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta y procede confirmar el exceso sobre el límite de los 5 minutos por hora natural en la referida franja horaria del día 10 de marzo de 2016 (**127 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 11 de marzo de 2016 en la franja horaria de 16:00 a 17:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 57 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitieron dos autopromociones de producto (Libro: “Torres en la Cocina” y Revista “Saber Cocinar”), por un total de 40 segundos, y varios espacios de autopromoción de programa (“José Mota Presenta”, Sesión de tarde: “Mi Bonita Familia Italiana”, “Un Amor de Diseño”, Cine de Barrio: “Vente a Alemania, Pepe”, Informe Semanal, Fútbol Liga BBVA: “Rayo Vallecano Éibar SD”, “Anaconda”, “Masterchef”, La Película de la Semana: “Insurgente: la Serie Divergente”, “Lara Croft: Tomb Raider”, “El Ministerio del Tiempo” y “El Caso: Crónica de Sucesos”) por un total de 317 segundos.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 71), se ha podido comprobar la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta y procede confirmar el exceso sobre el límite de los 5 minutos por hora natural en la referida franja horaria del día 11 de marzo de 2016 (**57 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 13 de marzo de 2016 en la franja horaria de 18:00 a 19:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 87 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitieron unas autopromociones de producto (Libro “Torres en la Cocina” y Revistas: “Saber Cocinar” y “Corazón CZN TVE”), por un total de 70 segundos, cuatro espacios de autopromoción de programa (“El Caso: Crónica de Sucesos”, “El Ministerio del Tiempo”, “Masterchef”, “Torres en la Cocina”, “Cuéntame Cómo Pasó”, La Película de la Semana: “Insurgente: la Serie Divergente” y de “Lara Croft: Tomb Raider”), por un total de 307 segundos, y una autopromoción de RNE (“Las Tardes del Ciudadano García”) de 10 segundos de duración.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 71), se ha podido comprobar la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta y procede confirmar el exceso sobre el límite de los 5 minutos por hora natural en la referida franja horaria del día 13 de marzo de 2016 (**87 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 14 de marzo de 2016 en la franja horaria de 10:00 a 11:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 119 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitieron dos autopromociones de producto (Suscripción al Club “Gente Saludable TVE” y del CD “Radio Clásica 50 Aniversario” y de la revista “Corazón TVE”), por un total de 169 segundos, varios espacios de autopromoción de programa (“El Ministerio del Tiempo”, “El Caso: Crónica de Sucesos” -2 veces-, “Desaparecida”, “Masterchef”, “En tu casa o en la mía” y de “Comando actualidad: de otra pasta”), por un total de 239 segundos y un espacio de autopromoción de RNE (“Las Mañanas de RNE: Alfredo Menéndez) de 11 segundos de duración.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 72), se ha podido comprobar la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta y procede confirmar el exceso sobre el límite de los 5 minutos por hora natural en la referida franja horaria del día 14 de marzo de 2016 (**119 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 14 de marzo de 2016 en la franja horaria de 16:00 a 17:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 109 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitieron unas autopromociones de producto (Libro “Torres en la Cocina” y Revista: “Saber Cocinar”), por un total de 40 segundos, y varios espacios de autopromoción de programa (“El Ministerio del Tiempo”, “El Caso: Crónica de Sucesos” -2 veces-, “Cuéntame Cómo Pasó”, “Masterchef”, “Acacias 38”, “Seis Hermanas”, “Centro Médico” e “Historia de nuestro cine”) por un total de 369 segundos.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 73), se ha podido comprobar la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta y procede confirmar el exceso sobre el límite de los 5 minutos por hora natural en la referida franja horaria del día 14 de marzo de 2016 (**109 segundos de exceso**).

#### • Emisiones de autopromoción en el canal LA 2

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 3 de marzo de 2016 en la franja horaria de 9:00 a 10:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 111 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitieron varios espacios de autopromoción de programa (“Cuéntame Cómo Pasó”, “Historia de nuestro cine: Belle Époque”, “Versión europea: Pan y Rosas”, “¿Qué fue de ti?”, “Jara y Sedal”, “El Ojo Clínico”, Versión española: “Todos queremos lo mejor para ella”, “El Ministerio del Tiempo” y “El Caso: Crónica de Sucesos”), por un total de 411 segundos.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 74), se ha podido comprobar la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta y procede confirmar el exceso sobre el límite de los 5 minutos por hora natural en la referida franja horaria del día 3 de marzo de 2016 (**111 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 5 de marzo de 2016 en la franja horaria de 7:00 a 8:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 242 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitieron varios espacios de autopromoción de programa (“Red Natura 2000” -2 veces-, Versión europea: “Pan y Rosas”, Al punto: “Grandes Chefs”, La Película de la Semana: “El Mensajero”, “Historia de nuestro cine”, Documentos TV: “Fukushima: desastre nuclear”, “El Ojo Clínico”, “La Noche Temática”, “Mujeres Viajeras” y “El Caso: Crónica de Sucesos”), por un total de 542 segundos.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 75), se ha podido comprobar la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta y procede confirmar el exceso sobre el límite de los 5 minutos por hora natural en la referida franja horaria del día 5 de marzo de 2016 (**242 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 7 de marzo de 2016 en la franja horaria de 18:00 a 19:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 166 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitieron varias autopromociones de producto (Libro: “Torres en la Cocina” -2 veces-, CD de RNE: “La Música de una Historia” -2 veces-), por un total de 90 segundos, varios espacios de autopromoción de programa (“El Ministerio del Tiempo”, programación semanal -2 veces-, “Historia de nuestro cine” -2 veces-, “El Caso: Crónica de Sucesos”, “Liga ACB”) por un total de 328 segundos.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 76), se ha podido comprobar la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta aunque procede reducir treinta y

ocho segundos en el cómputo del exceso del límite de los 5 minutos por hora natural en la referidas franja horaria del día 7 de marzo de 2016 (**128 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 10 de marzo de 2016 en la franja horaria de 11:00 a 12:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 96 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitieron varios espacios de autopromoción de programa (“Cuéntame Cómo Pasó”, Concierto “Homenaje Víctimas del Terrorismo”, Historia de nuestro cine I e Historia de nuestro cine II, “Masterchef” -2 veces-, Red Natura 2000, Versión europea, “El Ojo Clínico”, La película de la semana: Chico y Rita” y “El Caso: Crónica de Sucesos”), por un total de 396 segundos.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 77), se ha podido comprobar la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta y procede confirmar el exceso sobre el límite de los 5 minutos por hora natural en la referida franja horaria del día 10 de marzo de 2016 (**96 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 12 de marzo de 2016 en la franja horaria de 10:00 a 11:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 135 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitieron varios espacios de autopromoción de programa (“El Caso: Crónica de Sucesos”, Versión europea, “Masterchef”, “Ojo Clínico”, Versión española, “El Ministerio del Tiempo”, La película de la semana e Historia de nuestro cine), por un total de 424 segundos, y un espacio de autopromoción de RNE de 11 segundos de duración.

Tras la lectura del acta de visionado y la visión del vídeo (folio 78), se ha podido comprobar la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta y procede confirmar el exceso sobre el límite de los 5 minutos por hora natural en la referida franja horaria del día 12 de marzo de 2016 (**135 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 12 de marzo de 2016 en la franja horaria de 21:00 a 22:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 298 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitieron autopromociones de producto (Libro: “Torres en la Cocina”, CD de RNE: “La Música de una Historia” y de la Revista “Saber Cocinar”), por un total de 60 segundos, y varios espacios de autopromoción de programa (Versión europea -2 veces-, “El Caso: Crónica de Sucesos”, Historia de nuestro cine, Versión española y de “El Ministerio del Tiempo”), por un total 518 segundos.

Tras la lectura del acta de visionado y haber visionado el vídeo (folio 79), se ha podido comprobar la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta aunque procede reducir veinte segundos en el cómputo del exceso del límite de los 5 minutos por hora natural en la referidas franja horaria del día 12 de marzo de 2016 (**278 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 13 de marzo de 2016 en la franja horaria de 14:00 a 15:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 71 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitió una autopromoción de producto (Revista “Corazón CZN TVE”), de 20 segundos, y varios espacios de autopromoción de programa (“Al Punto”, “El Caso: Crónica de Sucesos”, La Película de la Semana: “Insurgente: la Serie Divergente”, “Lara Croft: Tomb Raider”, “Masterchef” -2 veces-, Historia de nuestro cine, “Diario de un Nómada”, Versión española: “Blackthorn: Sin destino”, “El Ministerio del Tiempo”, “Chico y Rita”, “Cuéntame Cómo Pasó” e “Imprescindibles”), por un total de 339 segundos, y un espacio de autopromoción de RNE (“Las mañanas de RNE”) de 12 segundos de duración.

Tras la lectura del acta de visionado y haber visionado el vídeo (folio 80), se ha podido comprobar la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta y procede confirmar el exceso sobre el límite de los 5 minutos por hora natural en la referida franja horaria del día 13 de marzo de 2016 (**71 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 15 de marzo de 2016 en la franja horaria de 7:00 a 8:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 156 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitieron varios espacios de autopromoción de programa (Historia de Nuestro Cine, “En la Tuya o en la Mía”, “El Caso: Crónica de Sucesos” -3 veces, La Película de la Semana: “Insurgente: la Serie Divergente”, Versión española: “Blackthorn: Sin destino”, “Imprescindibles”, “A punto con La 2”, Versión europea y “Ojo Clínico”), por un total de 444

segundos, y un espacio de autopromoción de RNE de 11 segundos de duración.

Tras la lectura del acta de visionado y haber visionado el vídeo (folio 81), se ha podido comprobar la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta aunque procede reducir un segundo en el cómputo del exceso del límite de los 5 minutos por hora natural en la referidas franja horaria del día 15 de marzo de 2016 (**155 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 17 de marzo de 2016 en la franja horaria de 7:00 a 8:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 244 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se varios espacios de autopromoción de programa (“El Caso: Crónica de Sucesos” – 2 veces-, Historia de nuestro cine, La noche temática, “El Ministerio del Tiempo” –2 veces-, Versión europea, La película de la semana, “Masterchef” -2 veces- y “José Mota Presenta”), por un total de 544 segundos.

Tras la lectura del acta de visionado y haber visionado el vídeo (folio 82), se ha podido comprobar la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta y procede confirmar el exceso sobre el límite de los 5 minutos por hora natural en la referida franja horaria del día 17 de marzo de 2016 (**244 segundos de exceso**).

- Exceso por la autopromoción emitida en el día 17 de marzo de 2016 en la franja horaria de 10:00 a 11:00.

Se computa un exceso de autopromoción de 82 segundos sobre el límite de los 5 minutos por hora natural, conforme consta en el acta de visionado.

En la citada franja horaria se emitieron varios espacios de autopromoción de programa (“El Caso: Crónica de Sucesos”, “José Mota Presenta”, Historia de nuestro cine, Versión europea, “El Ojo Clínico”, “Masterchef”, “Mujeres Viajeras”, La película de la semana y Documentos TV), por un total de 445 segundos, y un espacio de autopromoción de RNE de 11 segundos de duración.

Tras la lectura del acta de visionado y haber visionado el vídeo (folio 83), se ha podido comprobar la inclusión de las emisiones en el cómputo de la autopromoción se realizó de forma correcta y procede confirmar el exceso sobre el límite de los 5 minutos por hora natural en la referida franja horaria del día 17 de marzo de 2016 (**82 segundos de exceso**).

#### **CUARTO.- Análisis de las alegaciones realizadas por CRTVE en relación con los hechos imputados**

Las alegaciones de CRTVE al acuerdo de incoación y a la propuesta de resolución son, en esencia, coincidentes. A continuación, se da contestación a aquellas alegaciones a las que no se ha dado contestación en los anteriores Fundamentos de Derecho o que corresponde aclarar.

##### **4.1 Sobre la calificación como autopromoción computable de las emisiones a las que se refiere CRTVE como “TVE Presenta”**

Según CRTVE, el programa “TVE presenta”, que es el causante de la práctica totalidad de los supuestos incumplimientos (salvo en tres casos), se adecua tanto a la definición legal de programa prevista en la LGCA como a la definición que ha señalado Kantar Media<sup>2</sup> (folios 97 y 116), debiendo, por lo tanto, contabilizarse como programa no computable en el límite de los 5 minutos y no como autopromoción, tal y como la CNMC ha venido haciendo con programas similares de la propia RTVE y de otras cadenas. Este cambio de criterio resulta incongruente con el anterior aplicado por la CNMC por lo que, atendiendo a los principios de confianza legítima y de la buena fe, debería haber sido advertido a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual con carácter previo a su aplicación.

La CNMC, como órgano regulador y supervisor del sector audiovisual, tiene como función esencial el control del cumplimiento de la legalidad por parte de los prestadores del servicio. Para el ejercicio de esta función y en este asunto, debe atenerse a lo definido por la propia LGCA en su artículo 2, apartados 6 y 28, por el RD 1624/2011 y a los acuerdos de la SSR de la CNMC que resuelven distintas consultas sobre la autopromoción, conforme a lo indicado en el apartado 3.1 del anterior Fundamento de Derecho, y no a definiciones particulares, en este caso de la mercantil Kantar Media.

Los espacios “TVE presenta”, de menos de tres minutos de duración cada uno, se emiten durante los bloques publicitarios, no constituyen elementos unitarios dentro del horario de programación y consisten en la inserción de imágenes de los programas utilizando técnicas audiovisuales publicitarias o promocionales, tal y como son los tráileres de los programas, además de aportar otra información sobre la emisión por lo que, en suma, se trata de publicidad de los propios programas del operador de televisión. En definitiva, se trata de comunicaciones audiovisuales que computan en el cálculo del límite de los 5 minutos por hora natural por no estar incluidos dentro de las excepciones del artículo 7 del RD 1624/2011.

---

<sup>2</sup> *“eventos televisivos con contenido propio, no comercial, que en general inician sus emisiones con una cabecera y/o título que lo identifica y en su final aparecen títulos de crédito y el copyright con la acreditación de los derechos de emisión del contenido difundido”.*

En cuanto al documento nº 3 que CRTVE presenta y en el que se incluyen unos listados de emisiones realizadas en varias cadenas, debe señalarse que la CNMC en ningún momento se ha pronunciado expresamente sobre la naturaleza de dichas emisiones, ya en circulares, ya en acuerdos en los que contesta consultas, ya en resoluciones de expedientes sancionadores, dada la claridad de las definiciones contenidas en la Ley y la ausencia de consultas.

#### **4.2 Sobre incongruencias y errores en el expediente**

En sus alegaciones, CRTVE considera que en el expediente existen evidentes incongruencias y errores de contabilización, que afectan a la determinación de la concurrencia de algunas infracciones por parte de la CNMC, al catalogar al programa “TVE Presenta” como autopromoción. Asimismo, señala que algunos de los cómputos realizados en las actas de visionado se transcribieron erróneamente en el acuerdo de incoación.

En cuanto a los errores de contabilización, como se ha dicho anteriormente, la autopromoción computada a los efectos del artículo 13.2 LGCA es la reflejada en las actas de visionado, en las que se detallan exhaustivamente los datos de emisión de la franja horaria afectada. Se identifica el ámbito territorial de las emisiones, el canal, la fecha, la franja horaria se concreta en horas, minutos y segundos y asigna los contenidos audiovisuales a los distintos cómputos posibles en las emisiones de CRTVE y se incluye una breve explicación de las razones de la calificación de cada espacio en “Formatos y observaciones”.

Por lo tanto, respecto de cada uno de los errores a los que se refiere CRTVE en su escrito de alegaciones al acuerdo de incoación, este órgano resolutorio ha visionado los vídeos y ha podido contrastar esas alegaciones con la información contenida en las actas de visionado. Las conclusiones al anterior contraste están contenidas en el apartado 3.2 del anterior Fundamento de Derecho.

En relación con la transcripción errónea en el acuerdo de incoación respecto de la información contenida en las actas de visionado, corresponde aclarar que, en efecto, se produjo algún error que, sin embargo, no invalidan el acuerdo de incoación y que tampoco suponen un cambio de criterio en la calificación de los distintos contenidos audiovisuales entre las actas de visionado y el acuerdo de incoación. Por lo tanto, en los tres ejemplos de incongruencias que indica CRTVE se produce unidad de criterio en las actas de visionado en todos los casos.

Por lo tanto, en virtud de todo lo anterior, también deben desestimarse las alegaciones de CRTVE relativas a las incongruencias y cambios de criterio respecto de otras actuaciones y procedimientos o durante la instrucción del procedimiento.

## **QUINTO.- Culpabilidad y responsabilidad**

En aplicación de lo establecido en el artículo 61 de la LGCA, la responsabilidad de la infracción corresponde a la CRTVE por ser el operador del servicio de comunicación audiovisual autor de los hechos infractores probados, sin que haya quedado acreditada en el expediente sancionador la existencia de circunstancia alguna que le pueda eximir de dicha responsabilidad.

Aunque CRTVE alega que no ha tenido voluntad de incumplir con la norma, CRTVE es responsable de los contenidos que emite y, a efectos de procedimiento administrativo sancionador, la responsabilidad puede ser exigida “aún a título de simple inobservancia” (artículo 130.1 de la LRJPAC), lo que conduce a la atribución de responsabilidades, incluso en los casos de negligencia simple respecto del cumplimiento de los deberes legales impuestos a los operadores de televisión. CRTVE, como responsable de la emisión de programas, debe asumir toda la responsabilidad de la comisión de los hechos infractores cometidos.

Esta exigencia de responsabilidad está relacionada con el hecho que el sector audiovisual es un sector altamente especializado y en el que CRTVE, como prestador del servicio audiovisual y operador que gestiona el servicio público de radio y televisión, cuenta con expertos profesionales que deben extremar la vigilancia para evitar conductas como la que es objeto del presente procedimiento, poniendo la máxima diligencia en el cumplimiento de la normativa que le es aplicable. Así lo han indicado expresamente los Tribunales en el ámbito de la protección del menor frente a contenidos audiovisuales inadecuados, entre otras, en la Sentencia de la Audiencia Nacional de 2 de marzo de 2015 (Rec. 409/2013), en cuyo Fundamento Cuarto se recuerda que:

*“en el caso de empresas audiovisuales, como la ahora recurrente, dotadas de la máxima especialización y vinculadas con la Administración con un régimen especial de sujeción, los estándares de diligencia exigibles alcanzan el mayor nivel”.*

En consecuencia, se considera probado el incumplimiento de CRTVE, en los canales, días y franjas horarias especificados, del límite de 5 minutos por hora natural de emisión de anuncios publicitarios sobre sus propios programas y productos, establecido en el Art. 13.2 de la LGCA.

## **SEXTO.- Cuantificación de la sanción**

La contravención de las obligaciones y prohibiciones establecidas en el artículo 13.2 de la LGCA, se consideran infracciones leves conforme a lo dispuesto en el Art. 59.2 de la LGCA.

De conformidad con el art. 60.3 de la LGCA, dichas infracciones pueden ser sancionadas con multa de hasta 100.000 euros.

En la graduación de las sanciones a imponer se han tenido en cuenta los criterios legales que a tal efecto establecen los artículos 131.3 de la LRJPAC y 60.3 y 4, de la LGCA, habiéndose valorado las siguientes circunstancias: la repercusión social en función del canal y de la franja horaria de emisión, es decir, el número de usuarios afectados por los hechos imputados; la duración de la publicidad en lo que al exceso legal se refiere, y el posible beneficio económico que la conducta infractora puede haber reportado al operador, atenuando prudentemente este último criterio al tratarse de autopromociones, en las que el beneficio económico obtenido por el prestador del servicio es indirecto.

En virtud de todo lo anterior, por la comisión de las 24 infracciones del artículo 13.2 de la LGCA, se imponen 24 multas por importe total de 203.508 €.

Vistos los anteriores antecedentes, hechos probados y fundamentos de derecho, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, como órgano competente para resolver el presente procedimiento sancionador,

### RESUELVE

**Primero.-** Declarar a la CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S. A., responsable de la comisión de veinticuatro (24) infracciones administrativas de carácter leve del artículo 60.3 de la LGCA, por haber superado en los canales, horas naturales y fechas que a continuación se indican, el límite de tiempo de emisión de anuncios publicitarios sobre sus propios programas y productos, establecido en el Art. 13.2 de la LGCA.

HORAS DE RELOJ QUE INCUMPLEN EL LÍMITE DE 5 MINUTOS EN EMISIONES NACIONALES				
Canal	Fecha	Horas de reloj	Publicidad computada	Art. LGCA infringido
LA 1	01/03/16	22:00-23:00	6 minutos y 06 segundos	13.2
LA 1	03/03/16	16:00-17:00	6 minutos y 40 segundos	13.2
LA 1	04/03/16	16:00-17:00	5 minutos y 25 segundos	13.2
LA 1	07/03/16	10:00-11:00	6 minutos y 50 segundos	13.2
LA 1	08/03/16	16:00-17:00	6 minutos y 32 segundos	13.2
LA 1	08/03/16	22:00-23:00	7 minutos y 35 segundos	13.2
LA 1	09/03/16	16:00-17:00	6 minutos y 47 segundos	13.2
LA 1	09/03/16	22:00-23:00	7 minutos y 52 segundos	13.2
LA 1	10/03/16	10:00-11:00	6 minutos y 42 segundos	13.2
LA 1	10/03/16	22:00-23:00	7 minutos y 07 segundos	13.2
LA 1	11/03/16	16:00-17:00	5 minutos y 57 segundos	13.2
LA 1	13/03/16	18:00-19:00	6 minutos y 27 segundos	13.2
LA 1	14/03/16	10:00-11:00	6 minutos y 59 segundos	13.2
LA 1	14/03/16	16:00-17:00	6 minutos y 49 segundos	13.2
LA 2	03/03/16	09:00-10:00	6 minutos y 51 segundos	13.2
LA 2	05/03/16	07:00-08:00	9 minutos y 02 segundos	13.2
LA 2	07/03/16	18:00-19:00	7 minutos y 8 segundos	13.2
LA 2	10/03/16	11:00-12:00	6 minutos y 36 segundos	13.2
LA 2	12/03/16	10:00-11:00	7 minutos y 15 segundos	13.2
LA 2	12/03/16	21:00-22:00	9 minutos y 38 segundos	13.2

LA 2	13/03/16	14:00-15:00	6 minutos y 11 segundos	13.2
LA 2	15/03/16	07:00-08:00	7 minutos y 35 segundos	13.2
LA 2	17/03/16	07:00-08:00	9 minutos y 04 segundos	13.2
LA 2	17/03/16	10:00-11:00	6 minutos y 22 segundos	13.2

**Segundo.-** Imponer a la CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S. A., en aplicación de lo dispuesto en el artículo 59.2 de la citada LGCA, que califica estas infracciones como de carácter leve, y atendiendo a los criterios de graduación establecidos en el artículo 131.3 de la LRJPAC, así como los específicamente indicados en el artículo 60, números 3 y 4, de la LGCA, veinticuatro (24) multas por importe total de **203.508 € (doscientos tres mil quinientos ocho euros)**.

HORAS DE RELOJ QUE INCUMPLEN EL LÍMITE DE 5 MINUTOS EN EMISIONES NACIONALES Y AUDIENCIA MEDIA OBTENIDA (en miles de personas)						
Canal	Fecha	Horas de reloj	Extralimitación en emisión de publicidad, en segundos	ART. LGCA infringido	AM(en miles)	Sanción
LA 1	01/03/16	22:00-23:00	66	13.2	1694	<b>11.204 €</b>
LA 1	03/03/16	16:00-17:00	100	13.2	500	<b>7.775 €</b>
LA 1	04/03/16	16:00-17:00	25	13.2	824	<b>6.143 €</b>
LA 1	07/03/16	10:00-11:00	110	13.2	269	<b>6.650 €</b>
LA 1	08/03/16	16:00-17:00	92	13.2	597	<b>8.059 €</b>
LA 1	08/03/16	22:00-23:00	155	13.2	1603	<b>18.795 €</b>
LA 1	09/03/16	16:00-17:00	107	13.2	876	<b>10.216 €</b>
LA 1	09/03/16	22:00-23:00	172	13.2	2798	<b>31.746 €</b>
LA 1	10/03/16	10:00-11:00	102	13.2	253	<b>6.428 €</b>
LA 1	10/03/16	22:00-23:00	127	13.2	2525	<b>22.811 €</b>
LA 1	11/03/16	16:00-17:00	57	13.2	827	<b>7.622 €</b>
LA 1	13/03/16	18:00-19:00	87	13.2	1222	<b>10.894 €</b>
LA 1	14/03/16	10:00-11:00	119	13.2	240	<b>6.576 €</b>
LA 1	14/03/16	16:00-17:00	109	13.2	542	<b>8.270 €</b>
LA 2	03/03/16	09:00-10:00	111	13.2	34	<b>3.194 €</b>
LA 2	05/03/16	07:00-08:00	242	13.2	8	<b>3.121 €</b>
LA 2	07/03/16	18:00-19:00	128	13.2	404	<b>5.880 €</b>
LA 2	10/03/16	11:00-12:00	96	13.2	63	<b>3.336 €</b>
LA 2	12/03/16	10:00-11:00	135	13.2	132	<b>3.978 €</b>
LA 2	12/03/16	21:00-22:00	278	13.2	321	<b>7.934 €</b>
LA 2	13/03/16	14:00-15:00	71	13.2	90	<b>3.355 €</b>
LA 2	15/03/16	07:00-08:00	155	13.2	18	<b>3.155 €</b>
LA 2	17/03/16	07:00-08:00	244	13.2	21	<b>3.305 €</b>
LA 2	17/03/16	10:00-11:00	82	13.2	12	<b>3.061 €</b>
<b>TOTAL SANCIONES PROPUESTAS</b>						<b>203.508 €</b>

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual y notifíquese al interesado haciéndole saber que pone fin a la vía administrativa y podrá interponer directamente recurso contencioso-

administrativo ante la Audiencia Nacional en el plazo de dos meses a partir del día siguiente al de su notificación.