

**RESOLUCIÓN DEL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR INCOADO A CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S. A., POR EL PRESUNTO INCUMPLIMIENTO DE LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 18.2 DE LA LEY 7/2010, DE 31 DE MARZO, GENERAL DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

**SNC/DTSA/030/16/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

**Secretario de la Sala**

D. Tomás Suárez-Inclán González, Secretario del Consejo

En Madrid, a 13 de diciembre 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.- Requerimiento a CRTVE de cese de comunicaciones comerciales en programas Masterchef y Masterchef Junior**

Mediante Resolución de fecha 11 de febrero de 2016 (folios 1 a 5 del expediente sancionador), la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC requirió a la CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S. A. (en adelante, CRTVE) para que cesase la emisión de comunicaciones comerciales en cualquier programa de “MASTERCHEF” y “MASTERCHEF JUNIOR” (REQ/DTSA/001/16/CRTVE/MASTERCHEF).

Dicha resolución fue notificada el 29 de febrero de 2016 (folio 6) y en ella se advertía de que el incumplimiento del requerimiento al que hacía referencia podría dar lugar a la apertura de procedimiento sancionador por la emisión de comunicaciones comerciales encubiertas.

## **Segundo.- Denuncia por posible emisión de publicidad encubierta**

Con fecha 2 de junio de 2016 tuvo entrada en el registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) una denuncia de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (en adelante AUC) (folios 7 a 12), en relación con la posible emisión de publicidad encubierta de las Bodegas González Byass y de sus productos en el programa “MASTERCHEF”, emitido el 18 de mayo de 2016, en el canal La 1 de CRTVE.

## **Tercero.- Actuaciones previas**

En el ejercicio de las facultades de inspección y supervisión determinadas en el artículo 9 de la Ley 3/2013, de Creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, LCNMC), la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual (en adelante, DTSA) ha hallado indicios de que CRTVE, en su canal de televisión **LA 1**, ha podido vulnerar lo dispuesto en el artículo 18.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA). Los citados indicios se desprende de que, durante la emisión del programa “MASTERCHEF”, emitido el día 18 de mayo de 2016, y reemitido el 21 de mayo de 2016, se incluyeron contenidos sin identificar como publicidad, que pudieran ser calificados como publicidad encubierta, de las Bodegas González Byass y de sus productos (vinos: Tío Pepe, Viña AB, Alfonso, Noé y Beronia). Del visionado del citado programa se desprende que la presentación, reiteración y alusiones directas a las marcas y a sus posibles características, virtudes y méritos, podrían constituir un propósito publicitario por parte del prestador del servicio (“*tenemos la suerte de estar en una de las bodegas más prestigiosas y antiguas de España*”, “*han convertido estos vinos en todo un referente de calidad a nivel internacional*”, etc., acompañado de diferentes catas de vinos y visitas por las bodegas).

Asimismo, en el transcurso del programa se alude a un espectáculo turístico “*A campo abierto*”, estrechamente vinculado a la empresa propietaria de las bodegas citadas, definiéndolo como “*una de las ofertas más atractivas de la zona*”, acompañado de imágenes del espectáculo y con referencias y presentaciones de uno de los vinos de la Bodega (Beronia). Se considera también que podría haber una intención publicitaria por parte del prestador del servicio.

Todo lo anterior se deduce tanto del Informe de Visionado (folios 21 a 30) como de la grabación de la emisión (folio 35) que constan en el expediente.

#### **Cuarto.- Incoación de procedimiento sancionador**

Con fecha 14 de julio de 2016, y a la vista de estos antecedentes, la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC acordó la incoación del procedimiento sancionador SNC/DTSA/030/16/CRTVE (folios 36 a 40), al entender que CRTVE había podido infringir lo dispuesto en el artículo 18.2 de la LGCA por las emisiones indicadas en el apartado anterior.

El día 15 de julio de 2016 le fue notificado a la interesada el acuerdo de incoación, concediéndole un plazo de quince días para la presentación de las alegaciones, documentos e informaciones y propuestas de pruebas, en su caso (folios 41 a 42).

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

Con fecha 29 de julio de 2016, CRTVE presentó escrito de alegaciones (folios 43 a 61), en el que, sucintamente, manifiesta:

- Que no existió en el programa denunciado, en ningún momento, presentación de las Bodegas González-Byass, sino un acto de divulgación cultural, sin intención publicitaria, con el fin de mostrar, a través de los canales de RTVE, el potencial de uno de los sectores de mayor prestigio español.
- Que no ha existido propósito publicitario en el tono divulgativo del programa; que no existen relaciones comerciales o cualquier otro vínculo entre la CRTVE y las Bodegas González Byass; que no se ha producido contraprestación alguna, y que pesa sobre la CRTVE la prohibición legal de emisión de publicidad.
- Que la naturaleza de presentación del programa es meramente cultural y de entretenimiento y no induce a error a los telespectadores.
- Que no existe prueba alguna que demuestre la existencia de infracción administrativa, por lo cual solicita el archivo del expediente sancionador.

#### **Sexto.- Propuesta de resolución y trámite de audiencia**

Con fecha 3 de octubre de 2016 (folio 82) fue notificada a CRTVE la propuesta de resolución formulada por el instructor del procedimiento (folios 62 a 81) a los efectos de lo previsto por el artículo 19.1 del Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento del Procedimiento para el Ejercicio de la Potestad Sancionadora (en adelante, Reglamento del Procedimiento Sancionador), concediendo un plazo de quince días para

formular alegaciones y presentar los documentos e informaciones que estimen pertinentes.

En la propuesta de resolución, el instructor, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 58.8 de la LGCA, califica la infracción como de carácter grave por emisión de comunicación comercial encubierta, y atendiendo a los criterios de graduación establecidos en el artículo 131.3 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común (en adelante, LRJPAC), así como los específicamente indicados en el artículo 60.4 de la LGCA, propone sancionar a CRTVE con una multa por importe total de 219.342 € (doscientos diecinueve mil trescientos cuarenta y dos euros) por la comisión de una infracción del artículo 18.2 de la LGCA.

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

CRTVE presentó escrito de alegaciones el 21 de octubre de 2016 (folios 83 a 90), en el que solicita que se acuerde el archivo del procedimiento sancionador por inexistencia de infracción. Las alegaciones de CRTVE son, en síntesis, las siguientes:

- Que no ha existido publicidad encubierta, al no haberse promocionado un producto o marca en particular sino una manifestación cultural, al constatar únicamente la existencia de unas bodegas centenarias ya conocidas previamente por el público en general.
- Que no concurre una intención o propósito publicitario, al no incitarse al público al consumo de productos determinados ni haberse acreditado la recepción de contraprestación económica alguna por parte de CRTVE procedente de los propietarios de las bodegas.
- No se induce al público a error sobre la naturaleza del programa o emisión.
- Se vulnera el principio de presunción de inocencia del presunto infractor, al presumirse la existencia de una contraprestación económica por la presunta actividad publicitaria.
- La sanción impuesta resulta desproporcionada, no explicándose en la propuesta de resolución la relación entre la audiencia del programa y el importe económico de la multa. Tampoco, a juicio de CRTVE, está incluido el criterio de “duración” de la publicidad ni en el artículo 131.3 de la LRJPAC ni en el artículo 60.4 de la LGCA.

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

Por medio de escrito de fecha 25 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 de Procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora (folio 91).

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

En cumplimiento de lo establecido en el artículo 21.2 de la LCNMC, la Sala de Competencia de esta Comisión emitió informe sin observaciones sobre el presente procedimiento sancionador (folio 92).

## **HECHOS PROBADOS**

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

### **PRIMERO.- Emisión de publicidad encubierta de las Bodegas Tío Pepe de González Byass y de sus productos en el programa “MASTERCHEF”**

De acuerdo con el conjunto de las actuaciones practicadas en este procedimiento y, especialmente, del Informe de Visionado (folios 21 a 30) y de la propia grabación de la emisión (folio 35), se constata que CRTVE ha emitido, de forma encubierta, publicidad de las Bodegas Tío Pepe de González Byass durante la emisión del programa “MASTERCHEF” en el canal LA 1 del día 18 de mayo de 2016, y redifundido el 21 de mayo de 2016, sin haberlo identificado como publicidad.

Se constata en particular lo siguiente:

- La aparición en la parte superior izquierda de la pantalla del rótulo sobreimpresionado de “Bodegas Tío Pepe Jerez de la Frontera, González Byass” y presentación promocional de la empresa visitada por los concursantes de “MASTERCHEF” (minutos 23:14:38 a 23:15:05 de la grabación que consta en el folio 35).
- Las demostraciones realizadas para y por los concursantes de “venenciar”, realizadas delante de una barrica de Tío Pepe de González Byass, con la marca bien visible en primer plano (minutos 23:15:32 a 23:16:23 de grabación en folio 35).

- La cata de vinos en la bodega (minutos 23:17:06 a 23:17:47 en folio 35), durante la cual se mencionan expresamente distintas marcas de vino de González Byass y concretamente tres: Viña AB<sup>1</sup>, Alfonso y<sup>2</sup> Noé-Pedro Ximénez<sup>3</sup>.
- El personal responsable de la bodega aparece claramente identificado en pantalla con el nombre sobrepresionado de la empresa propietaria de la marca (p.ej. A.F, enólogo de González Byass y Máster Blender, en minuto 23:17:26 de grabación en folio 35).
- Se promociona la marca de vino “Beronia” de González Byass al utilizar barricas con dicha marca a modo de mesas para consumir la barbacoa campera preparada por los concursantes (minuto 23:55:01 de grabación en folio 35).

A continuación se concretan los contenidos constitutivos de infracción extraídos del Informe de Visionado (folios 21 a 30), omitiéndose los datos personales.

**Programa:** “MASTERCHEF 4”

**Franja horaria del programa:** 22:24:34 a 00:46:53 horas

**Fecha de emisión:** 18 de mayo de 2016, miércoles

**Canal:** La 1 - RTVE

**Ámbito:** Nacional.

**Calificación:** TP permanente.

**Objeto del Acta:** Denuncia de la AUC en relación a la emisión del programa Masterchef por su reiteración innecesaria de la mención/mostración de la marca, logo corporativo y producto.

Ley 7/2010, de 31 de marzo General de la Comunicación Audiovisual, artículo 18.2 en lo relativo a la publicidad comercial encubierta.

**Nº:** 167/2016

### **1.- CONTENIDO:**

**1- CONTENIDO: “MASTERCHEF 4”.** Es un “Talent show” de cocina presentado por E.G y cuyo jurado está compuesto por los “Chefs” JC, PR y SVN. El programa cuenta en cada edición con la presencia de reputados “Chefs” que muestran algunas de sus creaciones culinarias y proponen a los concursantes versionar sus platos. Los concursantes se irán formando como cocineros realizando un curso en una prestigiosa escuela y se someterán semanalmente a pruebas de eliminación hasta que quede un ganador, al que se le brindará la oportunidad de desarrollar una carrera profesional y obtendrá un premio en metálico. Se emite cada miércoles en La 1 de RTVE a partir de las 22 h y tiene una duración aproximada de 2 horas.

---

<sup>1</sup> <http://www.tiendagonzalezbyass.com/default.aspx?tabid=26157&rowid=1328411,63307>.

<sup>2</sup> <http://www.tiendagonzalezbyass.com/tiopepe/productos/alfonso>.

<sup>3</sup> <http://www.gonzalezbyass.com/noe-el-mejor-pedro-ximenez-muy-viejo-de-espana/>.



## **2.- DESCRIPCIÓN DE LOS HECHOS**

<b>FRANJA HORARIA</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO EMITIDO</b>
<p><b>23:14:11- 23:15:13</b></p>	<p><i>Finalizada la prueba la presentadora introduce el siguiente contenido del programa y dice:</i></p> <p><i>-"Ahora nos vamos a una tierra muy especial en las que vais a necesitar las manos "libres" para venenciar... y yo sé de "alguno" o "algunas" que se van a poner muy contentas..."</i></p> <p><i>Aparecen unas vistas aéreas de una ciudad y a continuación en la parte superior izquierda de la pantalla se ve un rótulo sobreimpresionado que dice "Bodegas Tío Pepe Jerez de la Frontera, González Byass" vemos el exterior de las bodegas y a los concursantes que se dirigen hacia ellas.</i></p> <p><i>La voz en "Off " de la presentadora dice:</i></p> <p><i>"Hoy en Masterchef, tenemos la suerte de estar en una de las bodegas más prestigiosas y antiguas de España: las bodegas González Byass en Jerez de la Frontera. Dos siglos de Historia y cinco generaciones de una familia que han convertido estos vinos en todo un referente de calidad a nivel internacional".</i></p> <p><i>Los concursantes acceden a la bodega y al entrar por la puerta principal .se oye la voz de JC que dice:</i></p> <p><i>- JC: "Ahora si que huele a Jerez! a bodega buena ¡ buena buena buena..." y dos de las concursantes las hermanas R. y V. que son de Jerez comentan:</i></p> <p><i>V.: "...Ayyy.. que estamos en nuestra tierra! Que esto huele hasta diferente! Es que esto, esto es lo más grande! esto es lo más grande que hay en España chiquillo!".</i></p>
<p><b>23:15:13- 23:16:49</b></p>	<p>Los concursantes y jurado pasean en grupo por la bodega, se ven muchas barricas de vino llegan al punto de reunión donde se realizará una exhibición de la técnica de la "venencia".</p> <p>El señor que aparece en pantalla dice:</p> <p>.."Voy a presentar una persona muy especial: "PG" (en la parte inferior izquierda aparece su nombre y apellidos y su profesión Venenciador).</p> <p>..." nuestro venenciador más internacional..."</p>

	<p>- PG: Hola muy buenas!</p> <p>“...Háblanos de tu trabajo, háblanos de la venencia!”...</p> <p>-PG:”... bueno...nosotros hacemos la venencia y nos sirve para sacar nuestras muestras de nuestros vinos y siempre venenciamos para que se oxigene...</p> <p>-“Claro! ... que lo que es un trabajo... una artesanía se ha convertido en un arte.. !”</p> <p>PG: ..” y es verdad”</p> <p>... “y gran parte de esa culpa la tiene PG”. Aparece sobreimpresionado el nombre del señor que nos está hablando, se trata de AF que es el enólogo de las Bodegas González Byass y Master Blender.</p> <p>Mientras siguen hablando se puede ver en detalle una bota con la marca de vino “Tío Pepe”.</p> <p>- PG:” <i>Voy a venenciar mirando a los ojos de esta señorita!. Se dirige a la presentadora venencia. Los concursantes admiran la habilidad de PG y dicen Olee!</i></p> <p><i>La presentadora le dice a AF:</i></p> <p>- Presentadora: <i>¡“Qué tenemos dos jerezanas ;</i></p> <p>- AF: <i>“ lo van a tener que demostrar!... quienes son las jerezanas? Levantan la mano las hermanas concursantes del programa R. y V. que son de Jerez.</i></p> <p>- R.:...” <i>sabe...una de vez en cuando se toma dos copitas de fino se entona y dice...trae pacá el palito”</i></p> <p>- V.:”<i>las dos de Jerez... y no vamos a venenciar !</i></p> <p>- R.: <i>“nosotras las primeras!”.</i></p> <p><i>A continuación PG va dando instrucciones de cómo venenciar y van practicando jurado y concursantes siempre al lado de la bota con la marca Tío Pepe.</i></p> <p><i>Se suceden las risas, aplausos y olés.</i></p>
<p><b>23:16:49- 23:19:39</b></p>	<p><i>Finaliza la venencia y se ven unas vistas aéreas de las bodegas, los concursantes junto a AF, el Enólogo de las bodegas González Byass, se dirigen a otro lugar abren unas puertas y AF dice:</i></p> <p><i>”¡Bueno! vamos a entrar en la bodega de La Constancia”.</i></p> <p><i>Los concursantes ahora están sentados en una mesa muy larga con copas de vino llenas y en el centro observamos un grupo de botellas de diferentes tipos de vino. Todos ellos pertenecen a la gama de vinos que comercializan estas bodegas Se disponen a realizar una cata dirigida por el enólogo de las bodegas, AF.</i></p> <p><i>AF: “tenemos delante nuestra seis copas, seis estilos de vino</i></p>



diferentes” AF coge la copa en alto y a medida que nombra los diferentes vinos alza su copa.

- AF: “...el “Fino” el vino de crianza biológica, el “Viña AB” un vino entre dos aguas...el tercero “Alfonso” oloroso, el Palo Cortado...”

En ese momento al nombrar ese vino dice la presentadora: “el vino de los flamencos”.

- AF: “ahí va... muy bien, muy bien dicho, muy bien definido... y vamos con el quinto vino que es un “Crin” y terminamos con un Pedro Jiménez cien por cien, estamos ante uno de los grandes vinos del mundo, el vino de Jerez ,! un vino que cura el alma y alegra el corazón...vamos a disfrutar con él... Viva Jerez!”.

Finalizada la cata todos brindan con las copas y dicen ¡Viva Jerez!  
...AF sigue:... “tenemos una gran sorpresa... a MGG nuestro Presidente! quinta generación desde el fundador... Bienvenido MGG!

MGG: “...Todos los que formamos parte de esta bodega, estamos entusiasmados de que estéis hoy aquí con nosotros... estamos en la bodega de “La Constancia” pero dentro de este núcleo de “La Constancia” hay dos bodegas en particular que son muy significativas para nuestra historia y a mí me encantaría mostrárosas...!”.

Los concursantes se dirigen a la otra bodega, mientras caminan en grupo, se aprecian las instalaciones de la bodega.

MGG:” Estamos ahora en la “Bodega de los Reyes”, es donde conservamos alguno de nuestros vinos históricos y también algunas de las firmas de los personajes más ilustres que nos han visitado a lo largo de los años...

Ahora observamos la bota firmada por un conocido director de cine de EEUU, y las letras en rojo NOE que es un Pedro Ximénez marca de la casa.

A continuación MGG invita al jurado y a los concursantes de Masterchef y dice:

”Lo que nos haría mucha ilusión y nos encantaría es que nos firmarais una bota eh... nos dejarais ese recuerdo ... eh ...” el jurado de Masterchef ha firmado con tiza la bota como se ve en la imagen de arriba. Ahora MGG, el presidente de las bodegas, obsequia al programa con una gran botella de vino.

MGG: “querríamos dar este pequeño recuerdo... bueno... no tan pequeño...”

JC: “...dame el niño pequeño, MGG! ”.., ay! está dormido!.

	<p><i>...Venimos siendo forofos de los vinos de vuestra tierra, sabemos que son los mejores del mundo, estamos agradecidísimos que nos abráis las puertas de vuestra casa... espero que los aspirantes le den el valor que tiene y aprovechen vuestras enseñanzas... y vosotros haceros con uno de estos porque tenéis una barbacoa campera que tiene que salir de diez!... o sea que...”</i></p> <p><i>Todos levantan las copas y hacen el brindis:</i></p> <p><i>MGG: “Larga vida a Masterchef”!</i></p> <p><i>Todos: “y Jerez, Viva Jerez”</i></p>
<p><b>23:19:39- 23:20:23</b></p>	<p><i>Cambiamos de escenario, y observamos una vista aérea de la finca de “Los Alburejos”, el lugar escogido para la realización de la prueba por equipos que consistirá en una barbacoa campera.</i></p> <p><i>En la imagen se muestra sobreimpresionada en la parte superior izquierda el rótulo que dice “Finca Los Alburejos – Jerez de la Frontera” y se acompaña de música de palmas con cajón flamenco...</i></p> <p><i>El jurado y los concursantes ahora están en semicírculo unos enfrente de los otros y escuchan atentos a las explicaciones de la presentadora que dice:</i></p> <p><i>“Aspirantes!... bienvenidos a Medina Sidonia!, estamos en “Los Alburejos” santuario del vino, del caballo y de la ganadería brava. En esta dehesa extraordinaria será donde preparareis una barbacoa con ingredientes propios de la zona...”</i></p> <p><i>Ahora la música cambia se acompaña de guitarras y la voz en off de la presentadora que dice:</i></p> <p><i>“Aquí en la finca “Los Alburejos”, en plena dehesa andaluza, contemplamos el arte de la monta vaquera, un espectáculo a campo abierto, lleno de maestría, que recrea la vida temprana del toro bravo en conexión con el caballo en su entorno natural, y que se ha consolidado como una de las ofertas más atractivas de la zona...”</i></p> <p><i>Aparecen imágenes de la ganadería, los toros y becerros van en grupo y el jinete detrás. Se observa a un grupo de espectadores en una plaza que aplauden el espectáculo de la doma vaquera”</i></p>
<p><b>23:20:23- 23:50:05</b></p>	<p><i>La presentadora da instrucciones de cómo organizar los equipos y los concursantes deciden en qué equipo participan colocándose el delantal rojo o el azul. PG (Chef) explica que los equipos cocinarán una parrillada de carne y otra de pescado con diferentes salsas.</i></p> <p><i>JC (Chef) les insta a que vigilen los tiempos de cocción y las brasas y S (Chef) les recuerda que el Supermercado proveedor de alimentos les facilitará los ingredientes necesarios y que el excedente que no se</i></p>

	<p><i>utilice será donado a comedores sociales. Los concursantes van corriendo al camión del Supermercado de El Corte Inglés, el proveedor oficial del programa. Una vez escogidos los ingredientes empiezan a cocinar. Durante el desarrollo de la prueba se van intercalando imágenes de la Finca y de las actividades que se desarrollan en la misma, la doma vaquera y las habilidades de los jinetes con los caballos [23:27:01-23:27:18] y [23:31:30-23:31:38].</i></p> <p><i>Los concursantes siguen con la preparación de la barbacoa, durante el desarrollo de la prueba se muestran las dificultades que se presentan en la realización de la misma y se dan indicaciones por parte del jurado de cómo se han de cocinar los platos . En los intervalos siguientes [23:38:02-23:38:16], [23:39:49-23:40:15] y [23:43:17-23:43:25], [23:43:49-23:43:55,], [23:45:15-23:45:25], [23:45:32-23:45:55], [23:45:59-23:46:30] se ve en pantalla como los jinetes montados en sus caballos se aproximan al lugar donde comerán y una vez allí uno de ellos se pone a cantar.</i></p>
<p><b>23:50:05- 23:53:31</b></p>	<p><i>En la imagen aparece PG el venenciador de las bodegas González Byass ofreciendo un vino a los que se aproximan.</i></p> <p><i>Los concursantes empiezan a servir y a “vender” la barbacoa , observamos como los comensales van degustando los platos y a la presentadora, que come y ríe con un grupo de invitados, a su derecha se ve una bota de color rojo y blanco que sirve de mesa improvisada con las letras “Beronia” que es la marca de un vino de las bodegas del grupo González Byass.</i></p> <p><i>La presentadora se separa del grupo y en ese instante se aproxima ADR, el propietario de la Finca Los Alburejos” , se disponen a probar diferentes platos realizados en la barbacoa, se puede observar encima de la barrica una botella negra y la etiqueta por la parte posterior que dice “Beronia”</i></p> <p><i>ÁDR: mientras nombra los platos que van a degustar dice :...”aquí nosotros tomamos cosas del campo sabes... tomamos muchas veces carne brava, que es una carne buena que asamos...”</i></p> <p><i>La presentadora: “ este año precisamente en Masterchef nos queremos fijar mucho en eso, en que cada época del año hay que comer un tipo de alimentación, ahora le llaman a esto “slow food”.. Pero esto no es más que lo que ha sido toda la vida, lo que se hacía hace sesenta años que era coger lo que la tierra te daba y cocinarlo...”</i></p> <p><i>ÁDR: “por supuesto...”</i></p> <p><i>La presentadora: “yo ya sabes! Personalmente estoy encantada de estar aquí...”</i></p> <p><i>ADR: “Muy bien!”</i></p>

	<p><i>La presentadora: "... porque además ya sabes que te aprecio un montón...!"</i></p> <p><i>ADR: "Pues muchas gracias".</i></p> <p><i>Levantán la copa y acaban con un brindis.</i></p>
<b>23:53:31- 23:54:42</b>	<p><i>Prosigue la barbacoa ,el jurado se sirve algunos platos cocinados por los concursantes y deciden ir a buscar un finito de jerez</i></p>
<b>23:54:42- 23:56:08</b>	<p><i>En las siguientes imágenes aparece sobreimpresionado el nombre de JMM jinete de "A campo abierto" y en otra PGP, jinete de "A campo Abierto" que es el nombre del espectáculo que se desarrolla en la Finca de Los Alburejos.</i></p> <p><i>Dan su opinión sobre los platos y deciden qué equipo es su favorito. Se abre un plano general y vemos de nuevo la barrica con la marca "Beronia." que sirve de mesa y al jurado de Masterchef .que degusta los platos en otra barrica con una botella de vino de la misma marca, hablan sobre cómo han preparado la barbacoa y las preferencias a la hora de votar al equipo rojo o al equipo azul.</i></p>
<b>23:56:08- 23:57:17</b>	<p><i>A continuación la presentadora pide opinión a un grupo de jinetes, uno de ellos canta una sevillana y la presentadora se arranca por sevillanas. Se sirven los últimos platos de la barbacoa.</i></p>
<b>23:57:17- 23:57:35</b>	<p><i>Ahora la presentadora pregunta sobre los platos que ha escogido, a LD cuyo nombre aparece sobreimpresionado en la imagen y su cargo: Gerente y rejoneador Finca Los Alburejos"</i></p> <p><i>Presentadora: "Ahora un paseíto por el campo! No?"</i></p> <p><i>LD: "Ahora un paseíto así y bajamos lo que hemos comió"</i></p> <p><i>Presentadora: "Por cierto... te ha gustado o no?"</i></p> <p><i>LD: "riquísimo todo!"</i></p> <p><i>Presentadora: "¿Qué te ha gustado más" la carne o el pescado?"</i></p> <p><i>LD: me ha gustao más el pescao...cada vez soy más de pescao que de carne, aunque la carne me encanta y aquí en Andalucía tenemos una carne buenísima".</i></p> <p><i>Presentadora: "son todo productos andaluces eh!"</i></p> <p><i>"Luis: "todos andaluses ... y to muy rico y una maravilla"</i></p>
<b>23:57:35- 00:06:10</b>	<p><i>Los concursantes cocinan y sirven ya los últimos platos de la barbacoa y en ese instante se acerca LED, según la imagen de debajo es el campeón de Acoso y Derribo de Jerez 2016.</i></p> <p><i>Llega el momento de la despedida el jurado empieza una serie de agradecimientos:</i></p> <p><i>Presentadora : "comensales ha sido un honor compartir esta barbacoa , no se puede estar mejor ya!... toros, caballos, buen vino, buena comida</i></p> <p><i>PGP: ..." y buenas mujeres"</i></p>

<p><i>Presentadora: “ y mucho hombre guapo... !”</i> <i>S (Chef): “ guapo... por fin,! por fin! Eva por fin ...!”</i> <i>PGP: “conocer a protagonistas del arte de la “doma vaquera” y de la doma clásica y además de una ganadería como la de “Torrestrella” ha sido un verdadero privilegio. Esperamos que hayáis disfrutado tanto como nosotros, muchísimas gracias y hasta siempre.”</i> <i>Presentadora: “ Y viva Jerez!”</i> <i>Todos: “olé ”.</i> <i>Los comensales marchan y ahora a los concursantes les llega el turno de degustar los platos que han cocinado, Todos están de fiesta y bailan con una copa de vino en la mano mientras suena la canción de “la Barbacoa”. El Jurado delibera y nombra al equipo ganador, que en este programa ha sido el azul.</i></p>
---

El programa fue emitido en la LA1, de RTVE, el día 18 de mayo de 2016. El mismo programa se volvió a emitir íntegramente en LA1, el 21 de mayo de 2016, entre las 11:05:47 y las 13:30:05 h.

Se ha unido al expediente la grabación soporte de las emisiones con impresión de la hora de emisión y se acompaña de archivo en el que consta la fecha, hora de emisión y duración de la grabación (folio 35).

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

Se ha unido al expediente (folio 31 a 34) el informe de audiencia media de la emisión del programa “MASTERCHEF” emitido en el canal LA 1, elaborado por la empresa Kantar Media, con los datos siguientes:

<b>Fechas</b>	<b>Franjas</b>	<b>AM(000)</b>	<b>AM%</b>	<b>Cuota</b>
18/05/2016	22:24:34 - 24:46:53	2949	6,9	19,1

## **FUNDAMENTOS DE DERECHO**

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

El artículo 29.1 de la LCNMC señala que la CNMC ejercerá la potestad de inspección y sanción de acuerdo con lo previsto, entre otros, en el Título VI de LGCA.

La instrucción de los procedimientos sancionadores de acuerdo con 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, aprobado por el Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, corresponde a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual, siendo competente para resolver la Sala de Supervisión regulatoria de la

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

Asimismo, son de aplicación al presente procedimiento, la LRJPAC; Reglamento del Procedimiento Sancionador; la LGCA; la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española (en adelante, Ley 8/2009); el Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010 en materia de emisiones publicitarias; la LCNMC, y demás disposiciones de aplicación.

La LRJPAC y el Reglamento del Procedimiento Sancionador resultan de aplicación de acuerdo con lo establecido en el apartado a) de la disposición transitoria tercera de la actual Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, puesto que, de acuerdo con el Antecedente Cuarto de la presente Resolución, el presente procedimiento se inició en fecha 14 de julio de 2016.

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

El objeto del presente procedimiento sancionador consiste en determinar si CRTVE infringió el régimen contenido en el artículo 18.2 de la LGCA durante la emisión, en LA 1, del programa “MASTERCHEF”, el día 18 de mayo de 2016, reemitido el 21 de mayo de 2016, en relación con la promoción de las Bodegas González Byass y de sus productos (vinos: Tío Pepe<sup>4</sup>, Viña AB<sup>5</sup>, Alfonso<sup>6</sup>Noé/Pedro Ximénez<sup>7</sup>y Beronia<sup>8</sup>), cuya presentación, reiteración y alusiones directas a las marcas y a sus posibles características, virtudes y méritos, podrían constituir publicidad encubierta prohibida por el artículo 18.2 de la LGCA.

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

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

La publicidad encubierta ha sido prohibida por la Directiva “Televisión sin Fronteras”<sup>9</sup> y así lo ha establecido el legislador español, tanto en la citada Ley 25/1994<sup>10</sup> como en la LGCA, en su artículo 18.2, donde subraya la gravedad de este tipo de publicidad prohibida al incluirla en el mismo artículo en el que se prohíbe la publicidad de productos ilegales o que atente contra los valores democráticos más significativos.

---

<sup>4</sup> <http://www.gonzalezbyass.com/vinos/#>.

<sup>5</sup> <http://www.tiendagonzalezbyass.com/default.aspx?tabid=26157&rowid=1328411,63307>.

<sup>6</sup> <http://www.tiendagonzalezbyass.com/tiopepe/productos/alfonso>.

<sup>7</sup> <http://www.gonzalezbyass.com/noe-el-mejor-pedro-ximenez-muy-viejo-de-espana/>.

<sup>8</sup> <http://www.gonzalezbyass.com/?s=BERONIA&submit=Search&lang=es>.

<sup>9</sup> Art. 10.4.

<sup>10</sup> Art. 10.2



El artículo 2.32 de la LGCA, en parecidos términos a como ya lo hacía la Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, trasladó la definición de la Directiva “Televisión sin Fronteras” a nuestro ordenamiento interno y describe la comunicación comercial encubierta como *“la presentación verbal o visual, directa o indirecta, de los bienes, servicios, nombre, marca o actividades de un productor de mercancías o un prestador de servicios en programas de televisión, distinta del emplazamiento del producto, en que tal presentación tenga, de manera intencionada por parte del prestador del servicio de comunicación audiovisual, un propósito publicitario y pueda inducir al público a error en cuanto a la naturaleza de dicha presentación”*.

De la definición de publicidad encubierta contenida en la LGCA, cabe deducir que ésta debe tener un propósito publicitario y ser apta para inducir a error en los destinatarios a los que se dirige al enmascararse el mensaje publicitario bajo la apariencia de un contenido informativo o de otra índole, pero aparentemente objetivo y ajeno a los intereses propios del titular del bien o servicio publicitado. De esta manera, este tipo de publicidad aprovecha la confianza depositada por el consumidor en los medios de comunicación y en sus profesionales y para vulnerar una legislación que concentra sus esfuerzos en la exigencia de una drástica separación entre los programas y los mensajes publicitarios.

En cuanto a la existencia o no de una remuneración y su posible incidencia en el carácter intencional de la conducta, el artículo 2.32 de la LGCA no exige la acreditación de la contraprestación para apreciar que una comunicación comercial es encubierta. Además, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea ya falló en su sentencia de fecha 9 de junio de 2011 (asunto C 52/10) que la existencia de una remuneración o de un pago similar no constituye un elemento necesario para poder determinar el carácter intencional de una publicidad encubierta, por lo que la existencia acreditada de esa remuneración no es determinante para que se incurra en una comunicación comercial encubierta. Por ese motivo, en la presente resolución no es necesario probar la existencia de remuneración de las comunicaciones comerciales a las que se refiere, para acreditar la intencionalidad de la conducta infractora.

Sin perjuicio de lo anterior, conviene aclarar en este punto que Masterchef es un programa patrocinado y producido por una empresa externa a CRTVE. La fórmula del patrocinio permite a la CRTVE disponer sin coste, o con costes reducidos, de contenidos producidos por terceros o en coproducción con TVE. La cadena pública está autorizada en estos casos a emitir mensajes del patrocinador en los avances de estos programas, en las cabeceras, pausas y cierre de las emisiones correspondientes para así compensar a la productora en los costes totales o parciales de producción. Pero, al margen de estas

cabeceras o cortinillas de patrocinio, estos programas no pueden incorporar ningún tipo de publicidad, incluida la fórmula del 'Emplazamiento de Producto'.

Por lo tanto, aun cuando CRTVE no percibiera ningún beneficio económico por la inserción encubierta de publicidad en programas patrocinados, sí sería posible que fueran las productoras adscritas al sistema de patrocinios de CRTVE, las que podrían beneficiarse, de manera directa (mediante contraprestación económica) o indirecta (en especie), de los mensajes publicitarios o promocionales que, a pesar de su ilegalidad, se incluyeran en el desarrollo del programa.

De la definición antes expuesta, se desprenden los siguientes requisitos o características de las comunicaciones comerciales encubiertas y cuya concurrencia en los hechos probados será objeto de análisis más adelante:

- (i) La presentación de bienes o servicios en un programa.
- (ii) Que la presentación tenga un propósito publicitario.
- (iii) Que sea susceptible de inducir al público a error en cuanto a la naturaleza de la inserción al tratarse de un mensaje publicitario que no es reconocido como tal.

Las comunicaciones comerciales encubiertas facilitan el aumento de la información sobre los productos o servicios promocionados al permitirse una mayor duración temporal frente a la necesidad de síntesis de otros formatos publicitarios. También pueden tener una mayor eficacia como acto de comunicación comercial al avalar al prescriptor publicitario que se presenta como un experto neutral y, por otra, se otorga credibilidad a sus afirmaciones y recomendaciones simulando una entrevista o exposición convencional con objetivos informativos o divulgativos. Pero además, pueden facilitar la inaplicación de otros límites legales, como por ejemplo, las prohibiciones<sup>11</sup> de comunicaciones comerciales que fomenten los comportamientos nocivos para la salud.

Por todos los anteriores motivos, la LGCA prohíbe la comunicación comercial encubierta en su artículo 18.2 y la tipifica como una infracción administrativa de carácter grave en su artículo 58.8.

También, debe tenerse en cuenta que el derecho de los usuarios del servicio de televisión a que la comunicación comercial esté claramente diferenciada del resto de contenidos audiovisuales está expresamente reconocido en el artículo 6.5 de la LGCA.

---

<sup>11</sup> Art. 18.3 de la LGCA.

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

### **3.2.1 La presentación de bienes o servicios en un programa**

La presentación de algunos de los productos de las Bodegas González Byass (vinos: Tío Pepe, Viña AB, Alfonso Noé/Pedro Ximénez y Beronia) en el programa de televisión “MASTERCHEF” del canal LA 1 de CRTVE, emitido el día 18 de mayo de 2016, y reemitido el 21 de mayo de 2016, resulta evidente a la vista de los Hechos Probados y de la incorporación al expediente del video soporte de tales hechos.

El programa emitido el día 18 de mayo de 2016, entre las 23:14:11 horas y las 00:06:10 horas, se emite una sección del programa que transcurre parte en las Bodegas González Byass y en la finca de “Los Alburejos”. La sección comienza introduciendo a las mencionadas bodegas como *“una de las bodegas más prestigiosas y antiguas de España (...) dos siglos de Historia y cinco generaciones de una familia que han convertido estos vinos en todo un referente de calidad a nivel internacional”* mientras que se muestran imágenes de las bodegas. Luego, tras una demostración y explicación de la venencia, se presenta a los concursantes del programa distintos vinos que comercializan las mencionadas bodegas.

Más adelante, cuando el programa transcurre en la finca de “Los Alburejos” donde los concursantes realizarán una prueba por equipos consistente en una barbacoa campera, se continúa con la promoción de los productos de las Bodegas González Byass. En concreto, aparece el venciador que antes apareció ofreciendo vino o en los barricas que aparecen como improvisadas mesas también se lee el nombres de uno de los vinos de las mencionadas bodegas.

En virtud de todo lo anterior, cabe concluir que durante la emisión del programa sí se ha producido una publicidad que promociona los productos de las Bodegas González Byass que no se limita a señalar la existencia de unas bodegas de tradición centenaria y sobradamente conocidas por el público español, tal y como alega CRTVE.

### **3.2.2 Propósito publicitario**

La Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, define la publicidad como *“Toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones”*.

Por su parte, la LGCA define la comunicación comercial audiovisual en su artículo 2.24, de la siguiente manera:

*“Las imágenes o sonidos destinados a promocionar, de manera directa o indirecta, los bienes, servicios o imagen de una persona física o jurídica dedicada a una actividad económica. (...)”.*

La LGCA considera mensaje publicitario (art. 2.25):

*“Toda forma de mensaje de una empresa pública o privada o de una persona física en relación 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.”*

A la vista de las anteriores definiciones, el ilícito exige que la comunicación comercial encubierta tenga por objeto la promoción, de forma directa o indirecta, de bienes o de la prestación de servicios de una persona física o jurídica dedicada a una actividad económica.

En el presente caso, el propósito publicitario se deduce de la relación de hechos probados donde se observa una conexión clara entre el contenido y la forma de su presentación. En efecto, durante la sección del programa “MASTERCHEF” que transcurre en las mencionadas bodegas, se centra en la presentación de las bodegas y la promoción de sus productos.

Ejemplo de lo anterior son afirmaciones como *“Dos siglos de Historia y cinco generaciones de una familia que han convertido estos vinos en todo un referente de calidad a nivel internacional”*<sup>12</sup>, o cuando los concursantes están sentados en una mesa muy larga con copas de vino llenas y en el centro observamos un grupo de botellas de diferentes tipos de vino mientras que una persona explicando respecto a dichos vinos que producen las bodegas que *“el “Fino” el vino de crianza biológica, el “Viña AB” un vino entre dos aguas...el tercero “Alfonso” oloroso, el Palo Cortado (...) el quinto vino que es un “Crin” y terminamos con un Pedro Jiménez cien por cien, estamos ante uno de los grandes vinos del mundo (...) un vino que cura el alma y alegra el corazón”*<sup>13</sup>

Asimismo, en la sección del programa que transcurre en la finca “Los Alburejos”, mientras que se degusta la barbacoa campera realizada por los concursantes, utilizan una barrica como mesa improvisada donde se lee uno de los nombres de los vinos que produce la bodega<sup>14</sup>.

Por lo tanto, la presencia de las bodegas, de sus productos y marcas, con sus características, virtudes y méritos, aparece de forma reiterada durante la emisión de la sección del programa que transcurre en Jerez poniendo en evidencia que la sección también tiene un propósito publicitario por incitar al consumo de los productos de la bodega y a su visita.

---

<sup>12</sup> Folio 35 (minuto 23:14:47)

<sup>13</sup> Folio 35 (minuto 23:17:08).

<sup>14</sup> Folio 35 (minuto 23:55:02).

### **3.2.3 Inducción al público a error en cuanto a la naturaleza del programa**

La promoción de las bodegas y sus productos en el programa “MASTERCHEF”, del canal LA 1, emitido el día 18 de mayo de 2016 y reemitido el día 21 de mayo de 2016, se realiza de forma encubierta, es decir, si bien se hace, en ocasiones, de una manera explícita, clara o abierta y, en otras, de manera implícita, no se identifica como publicidad televisiva sino que se ha emitido bajo la apariencia de que se trató de un contenido informativo o de otra índole, aparentemente objetivo y ajeno a los intereses propios de las bodegas, resultando apto para inducir a error a los telespectadores al crearles la falsa impresión de que se trata de una manifestación ajena a los intereses propios de las bodegas.

Tal y como antes hemos señalado, el error al que induce la publicidad encubierta conlleva indudables ventajas para los anunciantes por la falta de reconocimiento del verdadero carácter del mensaje por parte de los destinatarios, además de que al prestador de servicios de comunicación audiovisual no aplicarían los límites previstos en la LGCA a las comunicaciones comerciales y, en este caso, la prohibición de obtener ingresos por publicidad. Así, al tratarse de comunicaciones comerciales que no están separadas ni identificadas como publicidad, además de que no se incluyen dentro de un bloque publicitario que interrumpa el programa, sino dentro de éste, como una parte de su contenido evita las defensas que el receptor del mensaje publicitario activa ante la emisión explícita de un mensaje publicitario. Además, prestigia una marca y crea una información sesgada sobre la temática tratada, genera una necesidad de consumo ante la creencia de estar viendo un programa con contenido distinto. También, evita la pérdida de atención del telespectador frente a la publicidad convencional, e incluso el cambio del canal, y consigue de esta manera aumentar la eficacia de la actividad promocional.

En definitiva, la emisión del programa “MASTERCHEF” del día 18 de mayo de 2016, reemitido el día 21 de mayo de 2016, en concreto, la sección que transcurre en las Bodegas González Byass y en la finca “Los Alburejos” contiene una intención publicitaria y promocional de los productos de las citadas bodegas, incardinándose y mezclándose, todo ello, con el contenido y la finalidad del programa, lo que induce a los telespectadores a error al crear una falsa sensación de objetividad de la información y productos divulgados.

### **3.3.- Sobre el carácter continuado de la infracción**

Se ha comprobado que, sistemáticamente, CRTVE reemite los sábados el programa de MASTERCHEF difundido durante la semana. En el caso objeto de análisis, la redifusión del programa el 21 de mayo fue íntegra, desde el comienzo al fin, tal como consta en la grabación, y, en consecuencia, también lo fue la de la publicidad que se analiza en el presente expediente. Como consecuencia de ello, se entiende que se ha producido una pluralidad de

acciones que infringen un mismo precepto en ejecución de un plan preconcebido, lo que determina su consideración como una infracción continuada, según se dispone en el artículo 4.6 del Reglamento para el ejercicio de la Potestad Sancionadora.

En conclusión, y con base en los hechos probados, se considera que el prestador del servicio de televisión CRTVE ha cometido una infracción grave, tipificada en el artículo 58.8 de la LGCA, de forma continuada, comprensiva de la publicidad encubierta contenida en la emisión de los días 18 y 21 de mayo de 2016.

#### **CUARTO.- Alegaciones de CRTVE**

Respecto a las alegaciones de CRTVE (véanse folios 84 y 85) de que la conducta arriba tipificada no puede considerarse publicidad encubierta porque no ensalza un producto o marca en particular sino la existencia de unas bodegas de tradición centenaria y sobradamente conocidas por el público español, debe señalarse que:

- Aunque es cierto que las citadas Bodegas figuran inscritas como patrimonio inmobiliario de Andalucía desde el 25 de octubre de 2001<sup>15</sup> como ejemplo del estilo arquitectónico “racionalista”, el programa emitido objeto del presente procedimiento no tenía, ni por contenido ni por finalidad, la divulgación arquitectónica ni tampoco la divulgación de las obras del ingeniero que diseñó el edificio en cuestión.
- Durante la emisión del programa, como se ha acreditado en el Hecho Probado Único de esta resolución, no solamente se efectuó publicidad encubierta de la marca González Byass sino también de productos de la misma (vinos: Tío Pepe, Viña AB, Alfonso, Noé y Beronia).

En cuanto a las alegaciones de CRTVE (véanse folios 87 y 89) de necesidad de acreditar una contraprestación para entender vulnerada la prohibición de publicidad encubierta del artículo 18.2 de la LGCA y, por tanto, realizado el tipo infractor del artículo 58.8 de la LGCA, debe recordarse que la concurrencia de “contraprestación” no constituye una exigencia o elemento necesario del citado tipo infractor. Así lo ha señalado expresamente el Tribunal Supremo en su Sentencia de 30 de julio de 2013 (RC 6965/2010), al decir en su Fundamento Segundo que:

*“Así pues, aunque sea cierto que, por regla general, la emisión de publicidad supone la existencia de una contraprestación, ello no lo hace un elemento necesario de la publicidad encubierta e indirecta. Tal prohibición, en el caso de ambos tipos de publicidad, como sucede en el supuesto litigioso con la*

---

<sup>15</sup> Véase datos registrales en: <http://www.iaph.es/patrimonio-inmueble-andalucia/resumen.do?id=i1332>.



*encubierta, implica un deber de control respecto a las emisiones por parte del responsable de las mismas -la operadora del medio televisivo- para evitar dicha publicidad, con independencia de que dicho responsable reciba o no remuneración o cualquier otra contraprestación o posea cualquier tipo de interés en su emisión.”*

En cualquier caso, la prueba de la existencia de contraprestación no es un requisito sine qua non para su consideración como publicidad encubierta, conforme a lo dispuesto en el artículo 2.32 de la LGCA antes transcrito, sino que su acreditación establece una presunción de intencionalidad cuando la presentación se hace a cambio de contraprestación a favor del prestador del servicio.

Y, finalmente, con relación a las alegaciones de CRTVE de presunta falta de intención publicitaria y de no posible inducción a error al telespectador sobre la naturaleza de la emisión (véanse folios 87 a 89), cabe rechazar tales afirmaciones por la forma en que se produjo la presentación, conforme lo establecido en el apartado 3.2.3 de esta Resolución.

#### **QUINTO.- Responsabilidad de la infracción**

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, sobre todo cuando los mismos repercuten negativamente sobre los telespectadores. Además, tal como señala CRTVE en sus alegaciones, de conformidad con el artículo 7.1 de la Ley 8/2009, de financiación de la CRTVE, la Corporación tiene prohibida la obtención de ingresos por publicidad en cualquiera de sus formas, motivo por el que debe extremar la vigilancia para evitar incurrir en conductas como la que ha motivado este expediente.

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 efecto, debe entenderse que los profesionales que trabajan en CRTVE conocen la influencia que el medio televisivo tiene en los telespectadores y que la presencia de una marca y la presentación de unos servicios durante 305 segundos tienen un efecto publicitario beneficioso para la marca y empresa presentadas, al tiempo que la realización del reportaje conlleva unos costes de producción y su emisión, que, en las circunstancias expresadas, comporta el riesgo de ser sancionado. Ni tampoco pueden mostrar ignorancia en los contenidos que se emiten en dicho programa, al haber sido requerida la CRTVE, mediante resolución de la CNMC de 11 de febrero de 2016 (expediente número REQ/DTSA/001/16/CRTVE/MASTERCHEF), para que cesara la emisión de comunicaciones comerciales en cualquier programa de “MASTERCHEF” y “MASTERCHEF JUNIOR”.

En consecuencia, se considera a CRTVE, por la emisión del programa “MASTERCHEF” del 18 de mayo de 2016 y su redifusión, el 21 de mayo de 2016, responsable de la comisión de una infracción administrativa grave de carácter continuado, tipificada en el art. 58.8 de la LGCA, al haber emitido por su canal LA 1, el programa “MASTERCHEF” en los días indicados, sin identificar la publicidad de las Bodegas González Byass y de sus productos (vinos: Tío Pepe, Viña AB, Alfonso, Noé y Beronia), cuya presentación, reiteración y alusiones directas a las marcas y a sus posibles características, virtudes y méritos, constituyen un propósito publicitario por parte del titular de las bodegas, incardinado en el desarrollo del programa, lo que puede contribuir a generar en el telespectador confusión o error sobre dicho carácter publicitario.

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

Así pues, a los hechos objetivos y consideraciones expuestos, ha de añadirse que, según se dispone en el artículo 58.8 de la LGCA:

*“Son infracciones graves: (...) La emisión de comunicaciones comerciales encubiertas (...)”.*

Dichas infracciones podrán ser sancionadas con multa de 100.001 hasta 500.000 euros para servicios de comunicación audiovisual, según se dispone en el art. 60.2 de la LGCA atendiendo a los criterios de graduación establecidos en el artículo 131.3 de la LRJPAC, así como los específicamente indicados en el artículo 60 de la LGCA.

- a) De conformidad con los criterios para la graduación de las sanciones a aplicar previstos en el artículo 131.3 de la LRJPAC y 60.4 de la LGCA, esta Comisión ha tenido en cuenta el carácter continuado de la conducta infractora al haberse reemitido el programa.
- b) La repercusión social del artículo 60.4 de la LGCA, considerando la elevada audiencia del programa en su primera emisión (2.945.000 personas), esto es, el elevado número de telespectadores afectados por la infracción, y la duración de la publicidad (305 segundos), esto es, el tiempo durante el cual se vieron afectados por la infracción.

Por ello, y a la vista del carácter continuado de la infracción como de su alta repercusión social y considerando, además, la prohibición legal expresa de publicidad que recae en CRTVE en virtud del artículo 7 de la Ley 8/2009, se estima procedente imponer a CRTVE una multa por importe de **219.342 € (doscientos diecinueve mil trescientos cuarenta y dos euros)**, por la comisión de una infracción del artículo 58.8 en relación con el artículo 18.2 de la LGCA, por la emisión de publicidad encubierta en el programa “MASTERCHEF” el 18 de mayo de 2016 y en su redifusión, el 21 de mayo de 2016. .

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. (CRTVE) responsable de la comisión de una infracción administrativa continuada de carácter grave del artículo 58.8 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, por haber emitido, en su canal LA 1, de ámbito nacional, una comunicación comercial encubierta de la marca “Bodegas González Byass” y de sus productos (vinos: Tío Pepe, Viña AB, Alfonso, Noé y Beronia), en el programa “MASTERCHEF”, emitido el día 18 de mayo de 2016, y reemitido el 21 de mayo de 2016, lo que supone una vulneración a lo dispuesto en el artículo 18.2 de la misma Ley 7/2010.

**SEGUNDO.-** Imponer a CRTVE una multa por importe de **219.342 € (doscientos diecinueve mil trescientos cuarenta y dos euros)**, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 60.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

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.