

Resolución por la que se requiere a MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A. para que en las interrupciones de programas por la emisión de mensajes publicitarios se respete su integridad y las unidades que lo conforman.

Expte. REQ/DTSA/865/14/MEDIASET

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA DE LA CNMC

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Eduardo García Matilla.

D. Josep María Guinart Solá.

D^a Clotilde de la Higuera González.

D. Diego Rodríguez Rodríguez.

Secretario de la Sala

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 21 de mayo de 2014

Vista la propuesta de requerimiento dirigido a MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A, la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** adopta la siguiente resolución:

I. ANTECEDENTES

Único.- 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, Ley CNMC) esta Comisión ha constatado que en determinadas inserciones de publicidad televisiva efectuadas por el prestador del servicio de comunicación audiovisual MEDIASET durante los programas, no se respeta su integridad ni las unidades que los conforman. A título de ejemplo, se indican las siguientes inserciones publicitarias, en las cuales se entiende que perjudican la integridad de los programas:

CANAL	PROGRAMA	FECHA	INTERRUPCIÓN PUBLICITARIA
Divinity	Anatomía de Grey	23/04/2014	22:11:19
Divinity	Anatomía de Grey	23/04/2014	22:21:03
Divinity	Castle	25/04/2014	22:49:25
Divinity	House	28/04/2014	23:51:17
Divinity	Anatomía de Grey	07/05/2014	22:19:57
Divinity	Anatomía de Grey	07/05/2014	23:38:52
Divinity	Entre fantasmas	08/05/2014	13:38:16
Divinity	Medium	09/05/2014	01:36:17
Divinity	Castle	09/05/2014	23:51:35
Divinity	Castle	10/05/2014	00:20:39
Divinity	House	12/05/2014	22:00:46
Divinity	House	12/05/2014	22:16:49
Energy	Duda razonable	21/04/2014	22:47:03
Energy	Tormenta de lava	24/04/2014	23:32:10
Energy	CSI Nueva York	25/04/2014	22:49:25
Energy	Dallas S.W.A.T	08/05/2014	14:36:15
Energy	Callejeros: ¡Que despilfarro!	10/05/2014	00:20:39
Energy	El mundo perdido	10/05/2014	23:52:19
Energy	El mundo perdido	11/05/2014	00:11:55
Energy	Conspiración en la red	11/05/2014	18:37:23
Energy	La conspiración del poder	11/05/2014	21:26:58

II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

Primero.- Habilitación competencial

De conformidad con el apartado 6 del artículo 9 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia “[L]a Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisará y controlará el correcto funcionamiento del mercado audiovisual. En particular, ejercerá las siguientes funciones: [...] 6. Controlar el cumplimiento de las obligaciones, las prohibiciones y los límites al ejercicio del derecho a realizar comunicaciones comerciales audiovisuales impuestos por los artículos 13 a 18 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo”.

Por su parte, el párrafo primero del apartado cuarto del artículo 14 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante LGCA) establece que “[L]os mensajes publicitarios en televisión deben respetar la integridad del programa en el que se inserta y de las unidades que los conforman”.

Asimismo, la Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual), incorporada al ordenamiento jurídico español a través de la LGCA, dispone en su artículo 20.1 que “[L]os Estados miembros velarán por que, cuando se inserte publicidad televisiva o teletienda durante los programas, no se menoscabe la integridad de estos, teniendo en cuenta las interrupciones naturales y la duración y el carácter del programa de que se trate, y que no se perjudique a los titulares de sus derechos”.

Atendiendo a lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la Ley 3/2013, de 4 de junio y los artículos 8.2.j) y 14.1.b) del Estatuto Orgánico de la CNMC, aprobado por Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, el órgano decisorio competente para dictar la presente resolución es la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Segundo.- Valoración de las actuaciones de control y supervisión realizadas.

Tal y como se ha puesto de manifiesto en el Antecedente de hecho Único, las actuaciones de inspección y supervisión practicadas por esta Comisión han permitido constatar que en los canales y programas indicados, las interrupciones publicitarias efectuadas no respetan la integridad del programa en el que se inserta ni las unidades que la conforman, lo que redundará en una falta de protección de los intereses de los telespectadores.

En el considerando 79 de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual se señala que toda comunicación comercial audiovisual debe observar, no solo las normas de identificación, sino también un conjunto básico de normas cualitativas orientadas a la consecución de objetivos claros de política pública. Y en el considerando 83 se establece que para asegurar de forma completa y adecuada la protección de los intereses de los consumidores como telespectadores, es básico que la publicidad televisiva se someta a un cierto número de normas mínimas y de criterios y que los Estados miembros tengan la facultad de fijar reglas más detalladas o más estrictas y, en determinados casos, condiciones diferentes para los organismos de radiodifusión televisiva que dependan de su competencia.

En los supuestos concretos analizados es de obligado cumplimiento lo dispuesto en la LGCA en cuanto al respeto a la integridad de los programas o sus unidades, de tal manera que no se menoscabe su valor y naturaleza.

En efecto, se trata de programas, en su mayoría series, que aunque no se establezca un límite en el número de interrupciones publicitarias a efectuar, debido a su carácter y naturaleza las interrupciones deben respetar sus unidades y secuencias para que no se produzca un perjuicio de su integridad. En este sentido el prestador del servicio debe ser cuidadoso y buscar un equilibrio entre sus intereses económicos y la preservación del valor y calidad de los programas que emite, de tal manera que no se produzca un perjuicio en los intereses de los telespectadores.

En consecuencia, esta Comisión entiende que, con carácter general, determinadas inserciones de publicidad televisiva efectuadas por MEDIASET durante los programas no respetan su integridad ni las unidades que los conforman, perjudicando los intereses de los telespectadores. Por ello, esta Comisión considera oportuno requerir a esa entidad para que adopte en lo sucesivo las medidas oportunas para que las interrupciones publicitarias que efectúe durante los programas respeten su integridad y las unidades que los conforman.

Cabe recordar que, conforme a lo dispuesto en los apartados 5 y 7 del artículo 58 de la LGCA podrán ser consideradas infracciones graves: *“El incumplimiento de las instrucciones y decisiones de la autoridad audiovisual. [...] El incumplimiento del resto de las condiciones establecidas en esta Ley para la realización de las distintas formas de comunicación comercial previstas en los artículos 14, 15, 16 y 17 que no estén incluidas en la tipificación del artículo anterior”*.

En atención a lo anterior, el incumplimiento del requerimiento al que hace referencia la presente resolución podría dar lugar a la apertura de procedimiento sancionador por presunto incumplimiento de las obligaciones fijadas en la LGCA.

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

RESUELVE

Único.- Requerir a MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A. para que, en el plazo de diez días hábiles contados desde el día siguiente a la notificación de la presente Resolución, adopte las medidas oportunas para que, de conformidad con lo dispuesto en párrafo primero del apartado cuarto del artículo 14 la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, las interrupciones publicitarias que efectúe durante los programas respeten su integridad y las unidades que los conforman, de manera que no se perjudiquen los intereses de los telespectadores.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que pueden interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.