

**RESOLUCIÓN DEL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR, INCOADO A
MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S. A., POR EL 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/180/17/MEDIASET****SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA****Presidenta**D^a. María Fernández Pérez**Consejeros**

D. Benigno Valdés Díaz

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

Secretario de la Sala

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 19 de abril de 2018

Vista la Propuesta de resolución, junto con las alegaciones presentadas y el resto de actuaciones practicadas en el expediente sancionador de referencia, la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** adopta resolución basada en los siguientes

ANTECEDENTES DE HECHO**PRIMERO.- Conocimiento de la emisión de comunicaciones comerciales encubiertas en los programas “Sálvame Limón” y “Sálvame Naranja” del día 8 de noviembre de 2017**

En el ejercicio de las facultades de inspección y supervisión previstas en el artículo 9 de la Ley 3/2013, de Creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual constató que **MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**, en su canal de televisión “**TELECINCO**”, había podido vulnerar lo dispuesto en el artículo 18.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual (en adelante LGCA), ya que durante la emisión del programa “**SÁLVAME LIMÓN / SÁLVAME NARANJA**”, emitido el día 8 de noviembre de 2017, entre las 15:59:26 y las 20:06:08 h., se produjo una presentación de la revista “Lecturas”, tanto de carácter visual como verbal, que hubiera podido tener un propósito publicitario e inducir al público a error en cuanto a su

naturaleza, sin que en ningún momento de la emisión se advirtiese de su tratamiento como publicidad ni apareciese ninguna sobreimpresión que la identificara.

SEGUNDO.- Incoación del procedimiento sancionador

Con fecha 25 de enero de 2018, y a la vista de los anteriores antecedentes, la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC acordó la incoación del procedimiento sancionador SNC/DTSA/180/17/MEDIASET (folios 30 a 35 del expediente administrativo), al entender que MEDIASET había podido infringir lo dispuesto en el artículo 18.2 de la LGCA, por la emisión de publicidad encubierta.

TERCERO.- Tramite de alegaciones

El 26 de enero de 2018 se notificó el acuerdo de incoación al interesado (folio 36) y se le concedió un plazo de quince días para la presentación de alegaciones, documentos e informaciones y proponer pruebas, en su caso.

CUARTO.- Alegaciones de Mediaset al acuerdo de incoación

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S. A., presentó un escrito de alegaciones el día 9 de febrero de 2018 (folios 40 a 47), en el que, sucintamente, manifiesta:

- Que las apariciones y menciones de la revista “Lecturas” se debieron a que era la fuente de la noticia que se trataba en el programa, relativa a que cierta persona tenía problemas económicos y podía perder su casa. Esa noticia se publicó como consecuencia de las desavenencias entre la revista y la artista. Las menciones y presentaciones se habrían producido únicamente cuando se habla de la noticia para citar su fuente y no para su promoción comercial. Es por ello que MEDIASET entiende justificadas las apariciones y las referencias verbales a la revista, aunque hayan sido frecuentes y de una intensidad ligeramente superior a la que hubiera correspondido si sólo se hubiera tratado de citar la fuente.
- En cuanto a la intensidad de las menciones de la revista, MEDIASET entiende que fue proporcionada, se produjo en momentos muy concretos, de escasos segundos, e intercalados en diversos momentos. En definitiva, las menciones a la revista no fueron más allá de lo razonable, dado su papel, y no se hizo exposición alguna sobre su precio, cualidades o características, por lo que no se pudo producir confusión en el telespectador acerca de la naturaleza no comercial de su presentación.

QUINTO.- Propuesta de resolución

El instructor formuló la propuesta de resolución el día 13 de marzo de 2018 (folios 48 a 64 del expediente administrativo), en la que se proponía declarar a MEDIASET responsable de la comisión de una infracción administrativa grave de carácter continuado y la imposición de una multa de 170.335,00 € (ciento setenta mil trescientos treinta y cinco euros), por la emisión de publicidad encubierta en un programa de SÁLVAME LIMÓN / SÁLVAME NARANJA”, emitido en TELECINCO el día 8 de noviembre de 2017, entre las 15:59:26 y las 20:06:08 h., lo que suponía una vulneración de lo dispuesto en el artículo 18.2 de la LGCA.

Dicha Propuesta de resolución fue notificada a MEDIASET el día 13 de marzo de 2018 (folio 67) para que, de conformidad con lo establecido por el artículo 19.1 del Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto, en un plazo de quince días a contar desde el siguiente al de la recepción de su notificación formulara las alegaciones y presentara los documentos e informaciones que estimara oportunos.

SEXTO.- Alegaciones al trámite de audiencia

MEDIASET presentó su escrito de alegaciones el día 23 de marzo de 2018 (folios 68 a 72), en el que solicita el sobreseimiento del expediente por no existir vulneración del artículo 18.2 de la LGCA y subsidiariamente la conclusión del procedimiento sin sanción o una sanción de carácter mínimo sobre la base, en síntesis, de las siguientes alegaciones:

- La falta de fundamentación de la existencia de publicidad encubierta. Para MEDIASET, la contabilización de las ocasiones en las que se muestra o mencionada la revista no es suficiente para fundamentar la existencia de publicidad encubierta sin tener en cuenta la naturaleza de los programas en los que se emitieron.
- No se hizo mención al resto de noticias o reportajes incluidos en la edición de la revista. Además, no tendría sentido desgranar el contenido de una de las noticias publicadas, pues ello desincentivaría la compra de la revista.
- No se hizo mención a cualquier calidad alguna de la revista que pudiera incitar su compra, lo que descarta su propósito publicitario.
- La desproporción de la sanción impuesta a la vista de la buena fe del operador audiovisual y la inexistencia de beneficio económico.

SÉPTIMO.- Finalización de la Instrucción y elevación del expediente a la Secretaría del Consejo

Por medio de escrito de fecha 2 de abril de 2018, 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 89 de la LPAC (folio 76).

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 77).

HECHOS PROBADOS

De acuerdo con las actas de visionado y demás actuaciones practicadas durante la instrucción del procedimiento que constan en el expediente, cabe considerar probados los hechos siguientes.

PRIMERO.- Inclusión de publicidad encubierta en la emisión de los programas “Sálvame Limón/Sálvame Naranja” del día 8 de noviembre de 2017

En el expediente administrativo consta el informe de visionado de los programas “Sálvame Limón/Sálvame Naranja” del día 8 de noviembre de 2017. El informe contiene una descripción de su contenido, que no ha sido negado por MEDIASET, y destaca de forma especial la conducta sancionada. Se reproduce a continuación:

INFORME DE VISIONADO

Programa: “SÁLVAME LIMÓN/SÁLVAME NARANJA”-

Fecha de emisión: miércoles 8 de noviembre de 2017

Franja horaria del programa: de 15:59:26 a 20:06:08 horas

Canal: TELE 5

Ámbito: Nacional.

Calificación: +12 permanente en Sálvame Limón de 15:59:26 a 16:59:17 y +7 permanente Sálvame Naranja de 16:59:17 a 20:06:08

Objeto del Acta: Ley 7/2010, de 31 de marzo General de la Comunicación Audiovisual, Artículo 18.2 en lo relativo a la comunicación comercial encubierta.

Nº: 116/2017

1- CONTENIDO: “SÁLVAME LIMÓN/SÁLVAME NARANJA” es un magazine dedicado al mundo del corazón y la actualidad más candente de la prensa rosa, además de informar de las novedades en la programación del canal. Está producido por La Fábrica de la Tele y se emite de lunes a viernes en directo, de las 16 a 20:10 horas aproximadamente. Está dividido en dos franjas “Sálvame Limón” de 16 a 17 horas , y “Sálvame Naranja” de 17 a 20 horas . Este programa está presentado por Jorge Javier Vázquez cuenta con un amplio elenco de colaboradores que debaten y opinan sobre los contenidos en tono desenfadado y a veces polémico.

FRANJA HORARIA	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO EMITIDO
15:59:26-15:59:57	Suenan la sintonía del programa. En la parte superior izquierda de la pantalla, aparece el símbolo de emplazamiento publicitario (15:59:31 a 15:59:35) y al mismo tiempo en la parte inferior derecha de la pantalla, vemos un círculo con fondo azul y letras blancas que señala el canal T5. Justo encima, la calificación del programa en esa franja horaria +12, dentro de un círculo con fondo amarillo y letras blancas. Ambos quedarán permanentes durante toda la emisión del programa. Finalizada la sintonía leemos el título del programa “Sálvame Limón”.
15:59:57-16:03:21	Da comienzo el programa con el anuncio de una exclusiva y un avance del contenido que se presenta con titulares impactantes. Vemos al presentador Jorge Javier Vázquez, junto a la colaboradora Gema López, ambos en el centro del plató leen un resumen de dicha exclusiva (16:01:59-16:02:37). Aparece el contenido de otra noticia y van a publicidad
16:03:22-16:14:30	Pausa publicitaria
16:14:30-16:22:27	Tras la pausa suenan la sintonía de inicio de programa y aparece de nuevo el símbolo de emplazamiento publicitario en la parte superior izquierda de la pantalla (16:14:35 a 16:14:39) y a la vez señala calificación +12 y logo del canal en la parte inferior derecha como describimos anteriormente que quedará permanente Ahora en el centro del plató de pie, Jorge Javier junto a sus colaboradores, resume el programa nombrando a los cuatro protagonistas de las noticias, que son hijos de los colaboradores del programa. Sigue el programa.
16:22:27-16:26:57	Pausa Publicitaria
16:26:57-16:59:08	Se reanuda el programa y esta vez con unas imágenes en color sepia de un fragmento de una entrevista a Chayo Mohedano, señala emplazamiento publicitario (16:27:02 a 16:27:06) descrito anteriormente, calificación +12 y logo del canal permanente. A continuación, vemos una noticia, avance del contenido del programa (16:27:02-16:27:43) en la que podemos leer titulares con letras mayúsculas que dicen “Chayo arruinada” “Desesperada” “A punto de perder su casa”, ahora se muestra la portada de la revista “Lecturas” como vemos en la imagen inferior “Sin Ingresos” “El Drama de Chayo” “Hoy en Sálvame”. Se oye una voz masculina en “off”, que lee unos extractos del contenido de la revista, se sobrepresionan estos titulares mientras ofrecen un vídeo de la noticia con imágenes en color sepia. En la parte inferior izquierda de cada titular, aparece “Lecturas” y a su lado la fecha de publicación de la revista 08/11/17.Se

acompaña de una música de fondo de carácter trágico que finaliza con el titular “Hoy en Sálvame”.



Imagen del plató, el público aplaude (16:27:44), Jorge Javier en el centro, anuncia que hoy verán el drama de Chayo Mohedano.

- Jorge Javier: “Hoy lo veremos verdad Alberto, el drama de Chayo Mohedano, vamos a ver, que si una situación económica complicado, hoy lo cuenta la revista “Lecturas”. Hoy lo cuenta la revista, portada de la revista “Lecturas” eh... Chayo Mohedano. Antonio Tejado va a contarnos hoy su opinión, pero la revista aquí la tenemos. A punto de perder su casa eh !, a punto de perder su casa !. Me gustará conocer la opinión de Antonio y les voy a contar también...”

El presentador se dirige a la primera mesita de color blanco que encuentra a su izquierda, podemos ver a sus colaboradores sentados en unos sillones, justo detrás de él. Coge de esa mesa la revista “Lecturas” y la muestra en pantalla (16:28:07-16:28:15), como se ve en la foto siguiente. En total hay cuatro mesas bajas, y una a la derecha, justo detrás del presentador, (todas tienen un ejemplar de la revista), Ahora se fija en la portada de la revista, la muestra, y la lanza a la mesa.

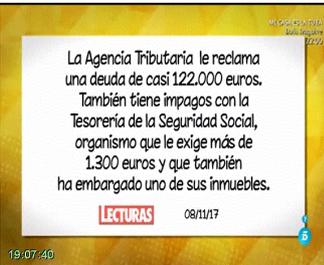
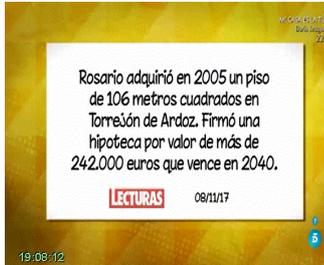
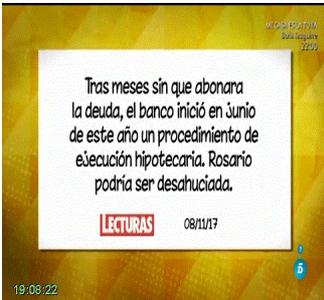
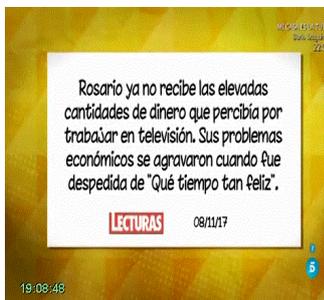
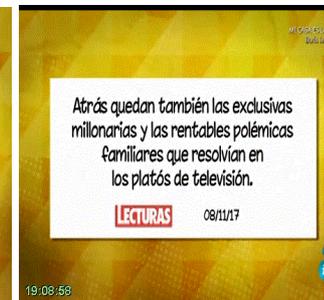


Avanza el programa con otro tema de interés, entre las (16:35:03 a 16:35:30) aparece un faldón dinámico dos veces seguidas en el que se lee en mayúsculas y letras de color verde; “ ¡¡Muy fuerte !! según la revista Lecturas Chayo Mohedano está arruinada y podría perder su casa!! Todos los detalles de la desesperación de la hija de Benenito, enseguida”.

16:59:08-
17:14:42

Sigue el programa, la cámara se aleja del plató y se escucha una voz en “off” que dice: “Ahora comienza Sálvame Naranja!”. En la parte inferior derecha aparece el símbolo de calificación por edades que cambia a +7 en un círculo azul y letras blancas

	Entre las (16:59:17 a 16:59:22) aparece un punto azul en la parte superior izquierda y a continuación con letras blancas Sálvame Naranja. Señala emplazamiento publicitario de las (16:59:24 a las 16:59:28)
17:14:42-17:25:28	Pausa publicitaria
17:25:28-18:39:40	Tras la pausa publicitaria, suena la sintonía del programa, se señala emplazamiento en la parte superior izquierda (17:25:32 a 17:25:36) y a la vez ,aparece el símbolo de calificación por edades +7 y el del canal en la parte inferior derecha, en círculo con fondo azul y letra blanca, estos símbolos, quedarán permanentes en la pantalla. Finaliza la sintonía y leemos el título "Sálvame Naranja". Continúa el programa y antes de la pausa publicitaria volvemos a ver el avance de la noticia sobre Chayo Mohedano que contiene la revista "Lecturas" (18:38:47-18:39:33)
18:39:40-18:49:39	Pausa publicitaria
18:49:39-19:07:09	Después de la pausa publicitaria, suena la sintonía de cabecera. Señaliza emplazamiento (18:49:44-18:49:48) en la parte superior izquierda de la pantalla y a la vez señala en la parte inferior derecha la calificación +7 junto al logo del canal permanente. De nuevo, el avance de la noticia sobre Chayo Mohedano que contiene la revista "Lecturas"(18:49:50-18:50:37) , tal y como se describe a las (16:27:02 y a las 18:38:47) A las 18:54:02 Jorge Javier el presentador del programa que está sentado sobre la mesa de sus colaboradores, se ve a la izquierda de la pantalla, coge la revista de la mesa que tiene su colaborador Kiko Hernández ,la toma en sus manos y dice: - Jorge Javier: "Ay escucha ¡ estoy deseandooo..., estoy deseando tratar este tema, que saca hoy en portada la revista "Lecturas"..." Jorge Javier coge la revista con sus dos manos la abre y muestra la portada y contraportada. - Kiko Hernández:" y yo !" - Jorge Javier: "...Chayo Mohedano titular de la revista "Lecturas" a punto de perder su casa, Rosario Mohedano, hundida por las deudas...", mientras cierra la revista y lee la portada . Suena a la vez una música de intriga.
	 <p>- Mila: "... pues sabes qué ?, que yo no me alegre eh! ya te lo digo " Ahora vemos a Mila, que coge también la revista y la lee. - Jorge Javier:"... no yo tampoco, yo no me alegre de la ruina de nadie". Se cruzan los comentarios entre otros colaboradores. - Jorge Javier: "... bueno ella emmm puede estar tranquila pero en cualquier caso luego comentaremos lo que nos sale en la revista "Lecturas"..." En la foto de la derecha vemos al fondo a Mila Y Jorge Javier hojeando la revista,</p>

	<p>los colaboradores a la derecha de la imagen sentados de espaldas, tienen en su mesa la revista. En el medio del plató se ve una gran pantalla con la portada de la revista “Lecturas”.</p> <p>Avanza el programa y entre las (19:04:42 a 19:06:09) aparece un faldón dinámico con el mensaje en letras mayúsculas de color naranja que se repite tres veces “¡¡ Atención Chayo Mohedano podría perder su casa, la hija de Rosa Benito está al límite, debe cuotas de la hipoteca y tiene deudas con hacienda y la seguridad social , enseguida”.</p> <p>Entre las (19:06:21-19:07:15) Otro faldón dinámico que aparece dos veces que dice: “¡¡Dramática situación!! Chayo está viviendo una situación desesperada, arruinada y a punto de perder su casa, las cosas no le pueden ir peor, enseguida”.</p>
<p>19:07:12- 19:14:21</p>	<p>Jorge Javier en el centro del plató de pie, al fondo del plató en una gran pantalla vemos la portada de la revista “Lecturas”</p> <p>- Jorge Javier:”...portada, portada de la revista “Lecturas” Rosario Mohedano a punto de perder la casa, tenemos vídeo verdad!. Ahora la cámara se acerca a la gran pantalla del fondo del plató donde se proyecta la portada de la revista. Desaparece el plató y la imagen se centra en la portada de la revista y comienza el vídeo Una voz en off dice:</p> <p>- Voz en off masculina: “Rosario Mohedano, hundida por las deudas, a punto de perder su casa, ahora cambia a una voz femenina que dice: “Chayo Mohedano podría estar arruinada, así al menos lo asegura la revista “Lecturas”, según esta publicación, la situación económica de la hija de Rosa Benito, sería asfixiante, tanto que la cantante estaría acorralada por las deudas...” Sigue la narración de la noticia y en pantalla se suceden los extractos del contenido de la entrevista que a modo de pequeños párrafos se muestran como recortes con fondo blanco.</p> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap;"> <div style="width: 33%; text-align: center;">  <p>19:07:26</p> </div> <div style="width: 33%; text-align: center;">  <p>19:07:40</p> </div> <div style="width: 33%; text-align: center;">  <p>19:08:12</p> </div> <div style="width: 33%; text-align: center;">  <p>19:08:22</p> </div> <div style="width: 33%; text-align: center;">  <p>19:08:48</p> </div> <div style="width: 33%; text-align: center;">  <p>19:08:58</p> </div> </div> <p>En la parte inferior izquierda el logo en letras rojas de “Lecturas” a su lado a la derecha la fecha de publicación de la revista 08/11/17.Lo podemos observar en las imágenes superiores. Finaliza el vídeo a las (19:09:20).</p> <p>- Jorge Javier:” A ver la portada de la revista “Lecturas” dice: “es bien clara la información, Rosario Mohedano hundida por las deudas a punto de perder su casa...”</p> <p>La cámara se mueve, y se dirige al invitado que es el ex de la protagonista de</p>

la noticia, está sentado en un sofá gris junto al presentador, que está a su izquierda, ahora la cámara se centra en ellos, justo en el medio, se ve la gran pantalla al fondo, con la portada de la revista "Lecturas". Jorge Javier tiene apoyada sobre sus piernas, la revista "Lecturas" medio abierta, mientras mira al entrevistado. A las (19:10:02) el presentador empieza a pasar hojas de la revista, encuentra la entrevista en su interior, la abre con las dos manos y la observa. La cámara se acerca y aleja de ellos, abre plano con vista general del plató y ahora se dirige a la izquierda donde está Mila, la colaboradora que las (19:10:27) abre la revista "Lecturas" y la hojea.



La cámara se acerca al centro del plató donde está el sofá con el presentador y el entrevistado, se vuelve a alejar y ahora enfoca a los colaboradores que están sentados en la mesa de la izquierda. Antes de llegar a la colaboradora Mila, vemos un ejemplar de la revista encima de la mesa (19:11:41-19:11:49), se puede observar como la colaboradora lee la revista "Lecturas", La cámara ahora se dirige al centro del plató y enfoca de nuevo la pantalla central, con la portada de dicha revista.



Sigue la entrevista, la cámara enfoca la mesa de la derecha donde se sientan los cuatro colaboradores restantes, desde sus espaldas vemos que en su mesa todos tienen la revista "Lecturas" abierta (19:12:43-19:13:13) la cámara retrocede, hace el camino inverso y se dirige de nuevo al sofá enfoca a Jorge Javier y al entrevistado y de nuevo muestra la pantalla del fondo, con la portada de la revista "Lecturas" (19:13:40 a 19:14:20) mientras tanto un colaborador increpa al entrevistado.

A lo largo de toda la entrevista, en la parte inferior de la pantalla, aparecen unos faldones con extractos del contenido de la revista.

19:14:21-
19:22:38

Ahora vemos unas imágenes de exterior donde varios periodistas abordan a Chayo en la puerta de su casa. Finalizado el vídeo de nuevo un plano de la

	<p>pantalla central con la portada de la revista “Lecturas” (19:15:31 a 19:15:50). Sigue la entrevista, ahora se sustituye la portada por el vídeo de exterior. Continúa el programa, el debate se centra en los colaboradores que revelan que la información de la revista “Lecturas” no ha sido una entrevista al uso, sino que se ha obtenido mediante declaraciones e informaciones obtenidas mediante investigación, y que han sido publicadas al no llegar a un acuerdo económico con la interesada.</p> <p>A las 19:20:55 Jorge Javier dice:</p> <p>- Jorge Javier: “... perdona un momento, perdona un momento, y ahora yo estooo no tiene nada que ver con nada y es una cosa, escucha, es una cosa que yo pienso eh! que yo pienso, que yo pienso, que yo pienso y juro que no tiene nada que ver con nada. Vamos a ver a vosotros como consumidores de una revista del corazón, en este caso “Lecturas” que preferiríais una entrevista con ella o que contara los problemas...?” los colaboradores dan su opinión. Finaliza el debate, el presentador emplaza a los colaboradores al día siguiente para continuar hablando sobre este tema que ha destapado la revista “Lecturas”</p>
19:22:38-19:37:15	De nuevo otro tema de actualidad y otra intervención con nuevo protagonista hasta la pausa publicitaria
19:37:15-19:50:14	Pausa publicitaria
19:50:14 - 20:06:07	<p>Tras la pausa publicitaria suena la sintonía del programa. Señaliza emplazamiento en la parte superior izquierda a las (19:50:19-19:50:23) a la vez aparece el símbolo de calificación +7 y el del canal.</p> <p>Finaliza la última entrevista del programa, los colaboradores se levantan y Jorge Javier se despide del programa hasta mañana, aparece el emplazamiento publicitario y los agradecimientos como vemos en las imágenes inferiores.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> <p>Finaliza Sálvame a las 20:06:07</p>

Se ha unido al expediente un vídeo con la grabación del programa (folio 29) y seis vídeos con grabaciones de recortes del programa (folios 23 a 28) y el informe de audiencias, proporcionados por la empresa KANTAR MEDIA, de la emisión del programa mencionado (folios 19 a 22). Las grabaciones contienen impresionada la hora de emisión.

Asimismo, se considera acreditado que las apariciones y menciones a la revista fueron las siguientes, según se expone en la propuesta de resolución.

En el programa “SÁLVAME LIMÓN”:

- Portada de Lecturas en pantalla: de 16:27:07 a 16:27:11 h (**5 segundos**).
- Cartel de Lecturas: de 16:27:14 a 16:27:23 (**10 segundos**).
- Cartel de Lecturas: de 16:27:26 a 16:27:37 (**12 segundos**).
- Presentador (16:27:55 h.): "...*hoy lo cuenta la revista Lecturas, hoy lo cuenta la revista. Portada de la revista Lecturas (...), pero la revista... Aquí la tenemos* (la muestra en pantalla – de 16:28:07 a 16:28:15). *A punto de perder su casa ¿eh?* (bis). **21 segundos** de duración.
- Rodillo en la parte inferior de la pantalla: "¡¡Muy fuerte!! Según la revista Lecturas Chayo Mohedano está arruinada y podría perder su casa!! Todos los detalles de la desesperación de la hija de Benenito, enseguida (de 16:35:05 a 16:35:59 h. – **55 segundos**).
- Se repite el rodillo desde las 16:36:35 a 16:37:27 – **53 segundos**.

Total: 156 segundos.

En el programa "SÁLVAME NARANJA":

- Portada de Lecturas en pantalla: de 18:38:57 a 18:39:00 h (**4 segundos**).
- Cartel de Lecturas: de 18:39:04 a 18:39:13 (**10 segundos**).
- Cartel de Lecturas: de 18:39:16 a 18:39:27 (**12 segundos**).
- Portada de Lecturas en pantalla: de 18:50:00 a 18:50:04 h (**5 segundos**).
- Cartel de Lecturas: de 18:50:07 a 18:50:16 (**10 segundos**).
- Cartel de Lecturas: de 18:50:20 a 18:50:31 (**12 segundos**).
- A las 18:54:02 h., el presentador coge la revista y la despliega mostrándola en la pantalla: "*Estoy deseando tratar este tema que saca hoy en portada la revista Lecturas*". (Primer plano de la revista desde las 18:54:06 a las 18:54:09 h.). "*Chayo Mohedano, titular de la revista Lecturas...*". (**8 segundos**).
- El programa se desarrolla con la imagen de la portada de la revista en una pantalla grande lateral de 18:54:27 a 18:54:34 h. (**8 segundos**).
- A las 19:07:06 h. vuelve a aparecer la portada de la revista en la pantalla grande. La cámara gira para dejar la portada en el centro de la pantalla y al presentador a su derecha: "*Portada. Portada, portada de la revista Lecturas, Rosario Mohedano a punto de perder la casa*". La cámara se ha movido y se ve al presentador en el centro de la pantalla con la portada detrás de él a su derecha. "*Tenemos video, ¿verdad?*". La cámara avanza hacia la pantalla, dejando de lado al presentador y mostrando la portada hasta ocupar la pantalla. A las 19:07:26 se cambia la imagen para mostrar la portada de la revista ocupando toda la pantalla, hasta las 19:07:28 h. (**24 segundos** de duración).
- Se muestra a la protagonista de la noticia, se explica la noticia, se vuelve a citar el nombre de la revista y aparecen unos carteles en pantalla en los que aparece el logotipo y nombre de la revista: de 19:07:41 a 19:07:53 (**14 segundos**); de 19:08:13 a 19:08:29 h. (**17 segundos**); y de 19:08:49 a 19:09:04 h. (**16 segundos**).

- A las 19:09:22 h. se muestra la mitad de la portada ocupando la totalidad de la pantalla, la cámara se aleja hasta que muestra entera la portada, mientras el presentador: “A ver, la portada de la revista Lecturas, es bien clara la información..., etc.”. La cámara se va alejando y acaba por mostrar al presentador y a un invitado con la portada de la revista detrás de ellos. Comienzan las explicaciones y las polémicas, mientras la cámara sigue mostrando en todo momento la portada de la revista hasta las 19:14:22 h (**301 segundos**). En este tiempo, se muestra en dos ocasiones la portada ocupando la pantalla con independencia de la persona que está hablando.
- A las 19:15:33 h. se vuelve a ocupar toda la pantalla con la portada, la cámara se aleja para mostrar también a los protagonistas del programa, hasta que cambia la imagen de la pantalla del fondo, a las 19:15:50 (**18 segundos**).
- Siguen hablando de la noticia y se aprecian algunas sobre los mostradores, aunque con carácter tangencial y esporádico. Dos de los colaboradores muestran la portada a la cámara en tres ocasiones, por breves instantes. Y el presentador cita el nombre de la revista en dos ocasiones.

Total: 459 segundos.

SEGUNDO.- Audiencia de los programas

Se ha unido al expediente (folios 19 a 22) el informe de audiencias de los programas, según el cual el programa “SÁLVAME LIMÓN” de 8 de noviembre de 2017, emitido en TELECINCO, entre las 15:59:26 y las 16:59:10 horas, fue seguido por una audiencia media de 1.677.000 personas. Por su parte, el programa “SÁLVAME NARANJA” de 8 de noviembre de 2017, emitido en TELECINCO, entre las 16:59:10 y las 20:06:08 horas, fue seguido por una audiencia media de 1.804.000 personas.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

I. 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, corresponde a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual. Es competente para su resolución la Sala de Supervisión regulatoria de la CNMC, tal y como prevén el artículo 14.1.b) de su Estatuto Orgánico y los artículos 27 y 29.1 de la LCNMC.

Junto a las normas ya citadas, son de aplicación al presente procedimiento la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas; la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de régimen jurídico del sector público; el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010, aprobado por el Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre; la LCNMC y el Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, por el que se aprueba el Estatuto Orgánico de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

II. Objeto del procedimiento sancionador y delimitación de los hechos

El objeto del presente procedimiento sancionador consiste en determinar si MEDIASET ha infringido el artículo 18.2 de la LGCA al haber emitido publicidad encubierta consistente en la exposición de una revista del corazón con finalidad publicitaria durante el transcurso de dos programas.

III. Tipificación de los hechos probados: emisión de comunicaciones comerciales encubiertas

3.1 Consideraciones generales

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), se refiere a la necesidad de prohibir la comunicación comercial con fines encubiertos en su considerando 90, lo que se justifica por la necesidad de proteger a los consumidores.

«La comunicación audiovisual con fines comerciales encubiertos es una práctica que prohíbe la presente Directiva, por su efecto negativo sobre los consumidores (...).»

La Directiva de servicios de comunicación audiovisual define la publicidad televisiva y la comunicación comercial audiovisual encubierta de la siguiente manera:

i) «publicidad televisiva»: toda forma de mensaje que se televisa a cambio de una remuneración o contraprestación similar, o bien con fines de autopromoción, por parte de una empresa pública o privada o de una persona física en relación con una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con objeto de promocionar, a cambio de una remuneración, el suministro de bienes o prestación de servicios, incluidos bienes inmuebles, derechos y obligaciones;

j) «comunicación comercial audiovisual encubierta»: la presentación verbal o visual de los bienes, servicios, nombre, marca o actividades de un productor de mercancías o un prestador de servicios en programas en que tal presentación tenga, de manera intencionada por parte del prestador del servicio de comunicación, un propósito publicitario y pueda inducir al público a error en

cuanto a la naturaleza de dicha presentación. Una presentación se considerará intencionada, en particular, si se hace a cambio de una remuneración o contraprestación similar;

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 de Servicios de Comunicación Audiovisual a nuestro ordenamiento interno y define 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”*.

La publicidad encubierta se considera una práctica desleal en el artículo 26 de la Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal y, por lo tanto, una modalidad de publicidad ilícita por la remisión a ésta en el artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.

Cuando la acción publicitaria se comete a través de medios de comunicación audiovisual, corresponde a esta Comisión su persecución a través del correspondiente cauce sancionador.

El interés protegido en la normativa es la protección de los consumidores-telespectadores, como ha señalado expresamente el TJUE en sus sentencias de 17 de febrero de 2016 (asunto C-314/14; apartados 34); 18 de octubre de 2007 (asunto C-195/06; apartados 26 y 27) y 24 de noviembre de 2011 (asunto C-281/09, apartado 46).

La publicidad encubierta se prohíbe para proteger al espectador porque busca inducir a error a los destinatarios. Para conseguir este objetivo, se enmascara bajo un contenido informativo o de otra índole, como en este caso, donde se aprovecha que el artículo promocionado es la fuente de la noticia debatida en el magacín. Ello otorga mayor credibilidad frente a los destinatarios, a los que se les crea la falsa impresión de que las referencias al producto publicitado son manifestaciones de un tercero imparcial, como el presentador, los colaboradores, los tertuliano o incluso un preceptor que es presentado como experto en la materia.

La utilización de técnicas de publicidad encubierta quiebra la confianza de los destinatarios hacia los prestadores de servicios de comunicación audiovisual y en sus profesionales, pues los espectadores confían en el cumplimiento de los principios de separación e identificación publicitaria, esenciales en la

configuración de la comunicación comercial audiovisual en nuestro ordenamiento jurídico. En este sentido, el artículo 6.5 de la LGCA expresamente señala que las personas tienen el derecho a que la comunicación comercial esté claramente diferenciada del resto de contenidos audiovisuales, en los términos previstos por la normativa vigente.

Desde el punto de vista del anunciante, la publicidad encubierta aporta ventajas porque evita las cautelas que, al creer estar viendo un programa, el receptor del mensaje publicitario activa cuando se le intenta vender un producto, prestigiar una marca o crearle una necesidad de consumo. Además, sorteando la pérdida de atención del espectador e incluso el cambio del canal, lo que puede suceder en el caso de la publicidad convencional. De esta manera consigue aumentar la eficacia de la actividad promocional. Las comunicaciones comerciales como la que nos ocupa también permiten aumentar la información sobre el producto promocionado al permitirse una mayor duración temporal frente a la necesidad de síntesis de otros formatos publicitarios. Finalmente, las comunicaciones comerciales encubiertas, como la que es objeto de la presente resolución, también burlan la aplicación de los límites legales a otros tipos de comunicaciones comerciales, como los mensajes publicitarios.

Por todos estos 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.

De la definición expuesta más arriba, se desprenden los siguientes elementos del tipo que calificarían las comunicaciones comerciales como encubiertas:

- (i) Su inclusión 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 porque cuando un mensaje publicitario no es reconocido como tal.

3.2 Cumplimiento de los requisitos del ilícito

De acuerdo con la relación de hechos probados, se considera acreditado que dentro de la emisión de los programas “Sálvame Limón” y “Sálvame Naranja”, del día 8 de noviembre de 2017, del canal Telecinco, del que es responsable editorial MEDIASET, se realizaron comunicaciones comerciales de la revista “Lecturas” y, en concreto, se realizó una exposición de la misma que excede lo razonable respecto de la mera mención a la fuente de información. Este exceso le otorgaría carácter publicitario.

Sin perjuicio de lo ya expuesto en la relación de hechos probados y de la incorporación al expediente de los videos con los extractos de los programas en los que se produjeron tales hechos, es indudable, y MEDIASET no lo ha discutido, que en los programas se incluyeron las referencias a la revista

expuestas, por lo que el análisis del cumplimiento de los requisitos del tipo sancionador se centrará en su propósito publicitario y en la posibilidad de inducir a error al público en cuanto a su naturaleza publicitaria.

También ha de señalarse, aunque MEDIASET no lo opone, y ya que no consta acreditado que mediara remuneración, que el artículo 2.32 de la LGCA no exige la acreditación de la contraprestación para apreciar que una comunicación comercial es encubierta. En este sentido, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea 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 esa remuneración no es determinante para la existencia de una comunicación comercial encubierta. Por ese motivo, no se analiza en la presente resolución la intencionalidad de la conducta en atención al carácter remunerado o no de la comunicación comercial a la que se refiere.

3.2.1 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. Estas imágenes o sonidos acompañan a un programa o se incluyen en él a cambio de una contraprestación a favor del prestador del servicio. En todo caso son formas de comunicación comercial audiovisual: el mensaje publicitario televisivo o radiofónico, el patrocinio, la televenta y el emplazamiento de producto”.

La LGCA considera mensaje publicitario:

“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 la compra de bienes o de la prestación de servicios.

A este respecto, se aprecia el propósito publicitario de las referencias a la revista en ambos programas y la intención de promover su compra y promocionar su conocimiento entre el público que está interesado en ese tipo de contenidos, que es también el tratado en las dos partes de “Sálvame”, se deduce de la relación de hechos probados.

La revista promocionada es una de las revistas del corazón y de prensa rosa líder en España en lo que se refiere a su difusión. Sus contenidos incluyen consejos de belleza, moda, recetas y blogs, entre otros, pero con especial detenimiento en las noticias y exclusivas de celebridades y personas famosas. Es previsible, por tanto, que los espectadores de “Sálvame”, con el que comparte temática, conozcan e identifiquen esa publicación.

En primer lugar, debe destacarse la insistencia por parte del presentador en destacar la fuente de la noticia y, sobre todo, su constante exposición física, en la que no se escatiman ocasiones para mostrarla a la cámara con detenimiento, de manera que se convierte en la protagonista de la pantalla. La revista no solo se muestra a cámara cuando se trata la noticia en cuestión, sino en cada adelanto.



MEDIASET argumenta en sus alegaciones a la propuesta de resolución que el tratamiento de la noticia no es diferente a otras consideradas relevantes y por eso se insertaron cebos, adelantos y anticipos. Al respecto, cabe señalar que la conducta sancionada no lo es por el tratamiento de la noticia, sino por su carácter publicitario al incluir referencias y presentaciones de la revista que exceden lo esperable al citar su fuente. La mera inclusión de *scrolls* y anticipos que citan a la revista no es reprochable en sí misma.

Precisamente, la cita de la fuente actúa como excusa para presentar la revista y mostrarla a la cámara detenidamente por parte del presentador, a lo que se suma su presencia en la pantalla gigante que preside el plató.

MEDIASET niega toda intención publicitaria bajo el argumento de que solo se hizo mención a una de las noticias de la publicación y que, además, al desvelar su contenido, se estaría desincentivando su compra. El argumento no puede compartirse. De entrada, es contradictorio, pues, efectivamente, solo se

comenta la noticia de portada, no el resto de las que se incluyen en la revista y por eso precisamente los espectadores pueden tener interés en conocerlas. Además, se estaría generando expectativa en la revista a partir de su noticia de portada, pues el espectador puede llegar a pensar razonablemente que todas las noticias contenidas pueden ser igual de interesantes.

En todo caso, la promoción de la revista no solo abarca la del concreto número semanal que explica los problemas económicos de la persona famosa, sino que sirve para dar a conocer la publicación y reforzar la idea de que incluye informaciones relevantes, como las tratadas en el programa que están viendo las personas a las que se dirige. Es decir, el espectador de “Sálvame Naranja” y de “Sálvame Limón” tiene interés en las noticias del corazón y de temática rosa, por lo que constituye un público objetivo ideal para promocionar una revista semanal que aborda estos mismos temas. Cuando el programa comenta su tema de portada, el mensaje que se transmite es el de que la revista incluye contenidos interesantes, capaces de ocupar un programa de televisión como “Sálvame”. Se trata, por tanto, de promocionar y reforzar la imagen de la revista frente a sus potenciales lectores y no solo un número concreto.

Frente a lo pretendido por MEDIASET, el carácter publicitario apreciado no se limita sólo al aspecto cuantitativo, es decir, al tiempo en que se incluyen referencias verbales o visuales de la revista, sino además por la forma de exponer esta. Por esta misma razón no se puede fijar de manera apriorística un número de segundos a partir de los cuales se puede apreciar una intención publicitaria en la exhibición de un producto. Por el contrario, en el presente caso, se aprecia propósito publicitario también porque esas referencias tienen una importancia significativa en el trascurso del programa y son tratadas de forma deliberadamente privilegiada. Así, en algunos de los planos se muestra constantemente la portada de la revista con su logotipo, no sólo las páginas de la noticia concreta; es decir, no es una mera mención puntual del medio o de la noticia concreta a modo de cita informativa. De esta manera, la portada pasa a cobrar un protagonismo impropio de la mera fuente de la noticia y adquiere una relevancia que supera lo razonable. La portada de la revista está presente en la escenografía (su proyección en la pantalla gigante del plató, hay ejemplares sobre las mesas de los tertulianos, etc.) y el propio presentador la exhibe ante las cámaras para asegurarse de que el espectador la identifica.



En definitiva, la presencia y exhibición de la portada y del logo de la revista es constante y destacada, de manera innecesaria a efectos puramente informativos, pues bastaría su mera cita para satisfacer el propósito pretendido de identificar la revista que informa sobre la noticia tratada.

Ciertamente, no se ha identificado alusiones directas a la compra, pero ello no impide apreciar la concurrencia del ilícito porque no lo exige la LGCA, ya que basta la presentación verbal o visual, directa o indirecta, de los bienes, servicios, nombre, marca o actividades de un productor de mercancías cuando tenga propósito publicitario y pueda inducir al público a error.

3.2.2 Que la comunicación comercial sea susceptible de inducir al público a error en cuanto a la naturaleza de la inserción porque cuando un mensaje publicitario no es reconocido como tal

Como se ha explicado más arriba, la publicad encubierta se caracteriza porque puede inducir al público a error en cuanto a su naturaleza. La falta de reconocimiento del carácter publicitario del mensaje por parte de los destinatarios se consigue, en primer lugar, porque se trata de comunicaciones no separadas ni desveladas, pues no se incluyen dentro de un bloque publicitario que interrumpa el programa, sino dentro de este, como una parte de su contenido.

La Sala de lo Contencioso-administrativo del Tribunal Supremo reconoce en su sentencia de 24 de abril de 2012 (recurso de casación 3262/2009) que la presentación del producto de una forma no clara ni directa, sino encubierta, colabora de manera decisiva a que esa forma oculta de presentación del producto sea idónea para producir error en los consumidores.

Además, la publicidad encubierta no se identifica como publicidad, tal y como exige el principio de diferenciación al que hace referencia el artículo 6.5 de la LGCA, que incluye la separación del mensaje publicitario del editorial y la identificación de aquel como tal.

El error del telespectador se consigue en este caso al promocionar una revista relacionada con el contenido del programa, que es la fuente de la noticia tratada. Esta relación entre el contenido tratado y el producto promocionado evita que el espectador medio asocie la presentación de la revista con un mensaje de alcance publicitario. De esta manera, se contribuye a la inducción del error que caracteriza al ilícito administrativo.

MEDIASET alega a este respecto que la propia fuente de la noticia ha pasado a formar parte de la noticia en sí. A juicio de esta Sala, dicha afirmación no se corresponde a la realidad: la noticia relevante son los problemas económicos de la persona famosa y es indiferente qué medio los desvela.

No se ha discutido durante la instrucción del procedimiento que en ningún momento de la emisión se advirtiese de su tratamiento como publicidad ni apareciese ninguna superimpresión que la identificara como tal.

IV. Responsabilidad de la infracción

El artículo 28.1 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, dispone que sólo podrán ser sancionadas por hechos constitutivos de infracción administrativa las personas físicas y jurídicas que resulten responsables de los mismos a título de dolo o culpa.

En aplicación de lo establecido en el artículo 61 de la LGCA, la responsabilidad por la infracción debe atribuirse a MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S. A., por ser el operador del servicio de comunicación audiovisual autor de los hechos infractores que se consideran probados.

A los efectos de valorar esta exigencia de responsabilidad, ha de tenerse en cuenta que MEDIASET es uno de los principales prestadores de servicios audiovisuales en nuestro país. El sector audiovisual se caracteriza por el alto grado de especialización y profesionalización de sus operadores, por lo que cabe esperar de estos un profundo conocimiento de la normativa que lo regula y exigirles una especial diligencia en su cumplimiento.

La emisión de publicidad encubierta es, al menos, reprochable porque constituye una grave negligencia en lo que respecta al deber esencial de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva de evitar la publicidad prohibida en todas sus formas, como lo es la de carácter encubierto.

A este respecto, no puede servir como justificación, como pretende el operador, que se trate de programas que se realizan en directo y que por lo tanto no se puede controlar el contenido emitido. MEDIASET ha de tener medios para asegurarse el cumplimiento de la normativa, que no prevé excepciones para los programas no editados, en los que, por esa misma razón, se ha de observar una especial precaución en el respeto a los derechos de los telespectadores. En todo caso, en el supuesto analizado no parece producirse una improvisación por parte del presentador que el operador audiovisual no pueda razonablemente controlar, pues los recursos escenográficos (proyección de la portada en una pantalla gigante y distribución de revistas por la mesa de contertulios) y la reiteración parecen confirmar la voluntad de exhibir la revista con un ánimo publicitario.

En consecuencia, se considera que MEDIASET, con la emisión de las entrevistas a las que se refiere esta resolución, en las condiciones referidas, es responsable de la comisión de una infracción administrativa tipificada en el artículo 58.8 LGCA.

En el expediente sancionador no ha quedado acreditada la existencia de circunstancias eximentes de la responsabilidad.

VI. Cuantificación de la sanción

La emisión de comunicaciones comerciales encubiertas está tipificada en el artículo 58.8 de la LGCA como infracción grave. A su vez, el artículo 60.2 de la LGCA prevé que las infracciones graves podrán ser sancionadas con multas cuyo importe va desde los 100.001 euros hasta los 500.000 euros en el caso de los servicios de comunicación audiovisual.

La propuesta de resolución proponía una sanción de 170.335 euros.

A juicio de esta Sala, la sanción propuesta por el instructor atiende a los criterios previstos en los artículos 29 de la Ley 40/2015 y 60.2 y 4, de la LGCA. Para su cuantificación se ha tenido en cuenta, principalmente, la repercusión social en función de la audiencia media de los programas (1.677.000 espectadores en “SÁLVAME LIMÓN” y 1.804.000 espectadores en “SÁLVAME NARANJA”), el beneficio económico que las conductas infractoras pueden haber reportado al prestador en función de la duración de la publicidad (615 segundos en total) y el carácter continuado de la infracción.

Las anteriores consideraciones descartan la supuesta desproporcionalidad de la sanción alegada por MEDIASET, pues la sanción impuesta se incluye dentro de la mitad inferior del rango legalmente previsto.

Vistos los anteriores antecedentes de hecho y fundamentos de derecho, la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC, como órgano competente para resolver el presente procedimiento sancionador:

RESUELVE

PRIMERO.- Declarar a MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S. A., responsable de la comisión de **una (1) infracción administrativa grave** por la emisión de publicidad encubierta de la revista “Lecturas” en los programas “Sálvame Limón” y “Sálvame Naranja”, emitidos el día 8 de noviembre de 2017 en el Canal Telecinco, lo que constituye una infracción del artículo 18.2 de la LGCA.

SEGUNDO.- Imponer a MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, SA, una multa por importe de **170.335 € (ciento setenta mil trescientos treinta y cinco euros)** por el anterior incumplimiento.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que pone fin a la vía administrativa, y podrá interponerse directamente recurso contencioso-administrativo ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente a su notificación.