RESOLUCIÓN DEL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR, INCOADO A LA CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S.A., POR EL INCUMPLIMIENTO DE LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 43.2 DE LA LEY 7/2010, DE 31 DE MARZO, GENERAL DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

SNC/DTSA/039/18/CRTVE

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta
Dª. María Fernández Pérez

Consejeros
D. Benigno Valdés Díaz
D. Mariano Bacigalupo Saggese
D. Xabier Ormaetxea Garai

Secretario de la Sala
D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 14 de junio de 2018

Vista la Propuesta de resolución, junto con 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.- Diligencias previas

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 la CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S. A. (CRTVE), en sus canales de televisión La 1, La 2, CLAN TV, 24H y TELEDEPORTE, había podido vulnerar lo dispuesto en el artículo 43.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (LGCA), al haber emitido, desde el 1 de diciembre de 2017 hasta el 11 de enero de 2018, doce campañas publicitarias cuyas condiciones de emisión podrían no ajustarse a los requisitos establecidos en la LGCA y en el Reglamento de desarrollo de la LGCA en lo relativo a la comunicación comercial televisiva, aprobado por Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre (folios 1 a 78 del expediente administrativo).

Las campañas, los productos y servicios patrocinadores son los siguientes:

- "Balay lavadoras" se emite en La 1, La 2, 24H y Teledeporte (229 emisiones desde el 1 de diciembre de 2017 hasta el 11 de enero de 2018).
- "Bankia hipotecas" se emite en La 1, La 2 y 24H (150 emisiones desde el 1 de diciembre de 2017 hasta el 11 de enero de 2018).
- "Bering relojes" se emite en La 1 (29 emisiones entre el 14 de diciembre de 2017 hasta el 31 de diciembre de 2017).
- "Bosch placa inducción/batidora/hornos/campana extractora" se emite en La 1, La 2 y CLAN (340 emisiones entre el 1 de diciembre de 2017 y el 6 de enero de 2018).
- "El Corte Inglés súper" se emite en La 1, La 2 y CLAN (90 emisiones entre el 2 de diciembre de 2017 y el 11 de enero de 2018).
- "Elizabeth Arden white tea fragancia mujer" se emite en La 1, La 2, 24H y Teledeporte (103 emisiones entre el 19 de diciembre de 2017 y el 25 de diciembre de 2017).
- "Ford Fiesta" se emite en La 1, La 2, 24H y Teledeporte (504 emisiones entre el 1 de diciembre de 2017 y el 11 d eenero de 2018).
- "El Idealista aplicación" se emite en La 1, La 2 y CLAN (193 emisiones entre el 28 de diciembre de 2017 y el 5 de enero de 2018).
- "Once sorteo de Navidad" se emite en La 1, La 2, 24H y Teledeporte (325 emisiones entre el 13 de diciembre de 2017 y el 31 de diciembre de 2017).
- "Pandora joyas" se emite en La 1, La 2, 24H y Teledeporte (386 emisiones entre el 1 de diciembre de 2017 y el 28 de diciembre de 2017).
- "Siemens electrodomésticos" se emite en La 1 (101 emisiones entre el 1 de diciembre de 2017 y el 11 de enero de 2018).
- "Pharmagrip Forte" se emite en La 1 (90 emisiones entre el 2 de diciembre de 2017 y el 11 de enero de 2018).

SEGUNDO.- Incoación del procedimiento sancionador

Con fecha 20 de marzo de 2018, y a la vista de los anteriores precedentes, la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC acordó la incoación del procedimiento sancionador de referencia SNC/DTSA/039/18/CRTVE (folios 79 a 88), por entender que la CRTVE habría podido infringir lo dispuesto en el artículo 43.2 de la LGCA, al haber emitido doce campañas publicitarias cuya difusión no se ajustaría a los requisitos establecidos en la normativa reguladora.

El acuerdo de incoación fue notificado a la CRTVE el 21 de marzo de 2018 (folio 89.1), notificación a la que accedió electrónicamente con fecha 28 de marzo de 2018 (folio 89.2). En el mismo se le otorgaba un plazo de quince días

para la presentación de alegaciones, documentos e informaciones y proponer pruebas, en su caso.

TERCERO.- Alegaciones de la CRTVE al acuerdo de incoación

Tras acceder al expediente y conceder el instructor una ampliación del plazo para verificar el trámite, la CRTVE presentó un escrito de alegaciones el día 19 de abril de 2018 (folios 118 a 120), en el que, sucintamente, manifiesta:

- Que no existe una prohibición general que impida a la CRTVE emitir publicidad, sino que tanto la Ley 8/2009, de financiación de la CRTVE, como la LGCA, lo que prohíben es que la CRTVE emita comunicaciones comerciales obteniendo una contraprestación. Sin embargo, en las emisiones objeto del expediente la CRTVE no ha recibido contraprestación económica por su emisión.

- Que las emisiones objeto del expediente constituyen patrocinios culturales, que cumplen todos los requisitos del artículo 16 LGCA que regula el derecho al patrocinio. Respecto de los requisitos regulados en el artículo 12 del Real Decreto 1624/2011 por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la LGCA (Reglamento de publicidad), la CRTVE considera que su incumplimiento no implicaría que los patrocinios emitidos estuvieran prohibidos por la normativa de financiación, sino que conllevaría que no pudieran excluirse del cómputo de tiempo máximo de 12 minutos.

- Que los patrocinios referidos no incumplen los requisitos del artículo 12 del Reglamento de publicidad, pues las creatividades que acompañan a los mismos se han realizado ex profeso para que se ajusten a lo dispuesto en la normativa y no se trate de anuncios convencionales. De este modo, las locuciones o mensajes accesorios a que se refiere el acuerdo de incoación son marcas registradas (“Balay, por un mundo más cómodo”, “Bankia. Sigamos trabajando”), y no existe en los mismos incitación directa a la compra prohibida por la normativa.

CUARTO.- Propuesta de resolución

El instructor formuló la propuesta de resolución el día 17 de mayo de 2018 (folios 121 a 154), en la que se proponía declarar a la CRTVE responsable de la comisión de doce (12) infracciones administrativas de carácter leve, por haber emitido entre, diciembre de 2017 y enero de 2018 en los canales La 1, La 2, CLAN, 24H y Teledeporte, de los que es responsable editorial, doce campañas publicitarias que por su naturaleza de comunicaciones comerciales audiovisuales infringe lo dispuesto en el artículo 43.2 de la LGCA.

Dicha propuesta de resolución fue puesta a disposición de la CRTVE el 18 de mayo de 2018 en la sede electrónica de la CNMC, notificándose electrónicamente tanto a la CRTVE como a su representante legal dicha puesta

a disposición (folios 155 a 156), dada la obligación de la CRTVE de relacionarse por medios electrónicos con la Administración conforme al artículo 14.2.a) de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas (LPAC). Ello con la finalidad, de conformidad con lo establecido por el artículo 82.2 de la LPAC, de que en un plazo de diez días a contar desde el siguiente al de la recepción la misma, formulara las alegaciones y presentara los documentos e informaciones que estimara oportunos.

Transcurridos diez días desde dicha puesta a disposición sin que la CRTVE haya accedido a su contenido, conforme al artículo 43.2 de la LPAC, se entiende rechazada la notificación de la propuesta de resolución (folio 157). Así, en virtud del artículo 41.5 de la LPAC, "*cuando el interesado o su representante rechace la notificación de una actuación administrativa, se hará constar en el expediente, especificándose las circunstancias del intento de notificación y el medio, dando por efectuado el trámite y siguiéndose el procedimiento*." Por lo tanto, se tiene por efectuado el trámite de audiencia y se continúa el procedimiento.

QUINTO.- Alegaciones de la CRTVE a la propuesta de resolución

Con fecha 29 de mayo de 2018 tuvo entrada en esta Comisión un escrito de CRTVE por el que solicitaba una ampliación de plazo para presentar alegaciones (folio 158). Por escrito 31 de mayo de 2018 dicha petición fue denegada a CRTVE (folio 162).

Pese a lo señalado en el Antecedente anterior, con fecha 10 de junio de 2018 la CRTVE presentó un escrito de alegaciones (folio 167 a 264) en el que, sustancialmente, reitera los argumentos expuestos en su escrito de alegaciones mencionado en el Antecedente Tercero.

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

Por medio de escrito de fecha 1 de junio 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 166).

SÉPTIMO.- 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 sin observaciones el presente procedimiento (folio 278).

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:

ÚNICO .- Inclusión de comunicaciones comerciales en la programación de la CRTVE

Como consta acreditado en el expediente administrativo, que incluye los correspondientes informes de visionado y los vídeos de las campañas en formato (.wmv), la CRTVE emitió durante los meses de diciembre de 2017 y enero de 2018 las campañas relacionadas en el antecedente de hecho Primero.

En concreto, la CRTVE emitió doce campañas publicitarias en sus canales La 1, La 2, CLAN, 24H y Teledeporte. Conforme a las descripciones de las mismas que se incluyen a continuación, se considera probado que dichas campañas no cumplen los requisitos legales para ser consideradas como patrocinios culturales, sino que se trata de comunicaciones comerciales audiovisuales cuya difusión no está permitida para la CRTVE.

Se incluyen a continuación las descripciones de las campañas y productos que constan en los informes de visionado que obran en el expediente:

1.- Comunicación comercial: “Patrocinio Cultural Bankia Hipotecas”, “Patrocinio Cultural Sorteo de Navidad de la ONCE” y “Hornos Bosch”.
Franja horaria de visionado: 21:57:32 a 22:00:06 horas
Fecha de emisión: lunes 18 de diciembre de 2017
Canal: La 2 - RTVE
Ámbito: Nacional.
Objeto del Acta: Art.16 de la ley 7/2010 LGCA y art. 12 del Reglamento aprobado por R.D 1624/2011 de 14 de noviembre. El patrocinio debe ir colocado inmediatamente antes o inmediatamente después del programa patrocinado a al inicio de cada reanudación tras los cortes que se produzcan. No se admiten como patrocinios los extractos de mensajes publicitarios. El patrocinio no incitará directamente a la compra o arrendamiento de productos o servicios.
Publicidad no permitida en RTVE (artículo 43.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual y artículo 7 de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.

Nº: 89/18

FRANJA HORARIA	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO EMITIDO
21:57:32-21:57:37	Cortinilla: Felices Fiestas 2
21:57:37-21:57:59	Avance de programación: Documentos TV
21:57:59-21:58:37	Avance de programación: Historia de nuestro cine en la 2
21:58:37-21:58:44	Avance de programación: Millenium
21:58:44-21:58:54	**Patrocinio Cultural Bankia Hipotecas** **Señaliza en la parte superior izquierda de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco. Se oye la locución "*La hipoteca de Bankia patrocina Millenium, Bankia* Finaliza el patrocinio con el mensaje accesorio seguimos trabajando.**
21:58:54-21:59:18	Autopromoción de programa: Campanadas 2017
21:59:18 - 21:59:28	**Patrocinio Cultural: "Sorteo de Navidad de la ONCE"** **Señaliza en la parte superior izquierda de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco.** **Se oye la locución:" *La ONCE en su ochenta aniversario y su sorteo de Navidad patrocinan Campanadas".* Finaliza el patrocinio cultural, con el mensaje accesorio "1 de enero de 2018, sorteo de Navidad de la ONCE"**
21:59:28-21:59:48	Avance de Programación: Masterchef Junior
21:59:48-21:59:58	**Patrocinio Cultural Hornos Bosch** **Señaliza en la parte superior derecha de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco. Se oye la locución "*Los Hornos Bosch, este dedo y este bizcocho patrocinan Masterchef Junior".* Finaliza el patrocinio con el mensaje accesorio: "Bosch Innovación para tu vida"**
21:59:58-22:00:06	Cortinilla: La 2 te sienta bien

2.- Comunicación comercial: "Patrocinio Cultural Batidora MaxoMixx Bosch" y "Patrocinio Cultural Lavadoras Balay"
Franja horaria de visionado: 22:10:45 a 22:13:54 horas
Fecha de emisión: viernes 5 de enero de 2018
Canal: La 2 - RTVE
Ámbito: Nacional.
Objeto del Acta: Art.16 de la ley 7/2010 LGCA y art. 12 del Reglamento aprobado por R.D 1624/2011 de 14 de noviembre. El patrocinio debe ir colocado inmediatamente antes o inmediatamente después del programa patrocinado a al inicio de cada reanudación tras los cortes que se produzcan. No se admiten como patrocinios los extractos de mensajes publicitarios. El patrocinio no incitará directamente a la compra o arrendamiento de productos o servicios.
Publicidad no permitida en RTVE (artículo 43.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual y artículo 7 de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.

Nº: 92/18

FRANJA HORARIA	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO EMITIDO
22:10:45-22:10:50	Cortinilla: "Felices Fiestas 2"
22:10:54-22:11:15	Avance de programación: "Chico & Rita" Historia de nuestro cine en la 2
22:11:15-22:11:37	Avance de programación: "Documaster"
22:11:37-22:11:58	Cultura europea: Somos cine "que baje Dios y lo vea"
22:11:58-22:12:17	Autopromoción producto: DVD "estoy Vivo temporada 1"
22:12:17-22:12:38	Autopromoción de producto: "Libro las recetas del programa Torres en la cocina"
22:12:38-22:12:58	Avance de programación: "Masterchef Junior"
22:12:58-22:13:08	**Patrocinio Cultural Batidoras Bosch** **Señaliza en la parte superior derecha de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco. Se oye la locución "*La batidora MaxoMixx de Bosch y esta calabaza patrocinan Masterchef Junior"* .Finaliza el patrocinio con el mensaje accesorio: "Bosch Innovación para tu vida"**
22:13:08-22:13:22	Avance de programación :Españoles en el Mundo: Nueva Zelanda"
22:13:22-22:13:32	**Patrocinio Cultural Lavadoras Balay.** **Señaliza en la parte superior izquierda de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco. Se escucha la locución "*las lavadoras con función pausa más carga de Balay patrocinan Españoles en el Mundo".*** **Continúa con la imagen del logo impreso de la marca Balay que cambia a la totalidad de la pantalla con fondo azul. Finaliza el patrocinio con el mensaje accesorio: "Por un mundo más cómodo "**
22:12:32-22:13:54	Avance de programación: "Operación Triunfo 2017"

3.- Comunicación comercial: "Patrocinio Cultural Aplicación Idealista" y "Patrocinio Cultural Placas de Inducción de Bosch"
Franja horaria de visionado: 18:17:16 a 18:20:13 horas
Fecha de emisión: viernes 29 de diciembre de 2017
Canal: La 2 - RTVE
Ámbito: Nacional.
Objeto del Acta: Art.16 de la ley 7/2010 LGCA y art. 12 del Reglamento aprobado por R.D 1624/2011 de 14 de noviembre. El patrocinio debe ir colocado inmediatamente antes o inmediatamente después del programa patrocinado a al inicio de cada reanudación tras los cortes que se produzcan. No se admiten como patrocinios los extractos de mensajes publicitarios. El patrocinio no incitará directamente a la compra o arrendamiento de productos o servicios.
Publicidad no permitida en RTVE (artículo 43.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual y artículo 7 de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.

Nº: 91/18

FRANJA HORARIA	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO EMITIDO
18:17:16-18:17:21	Cortinilla: "Felices Fiestas 2"
18:17:21-18:17:46	Avance de programación: "Concursante" Historia de nuestro cine en la 2
18:17:46-18:18:06	Avance de programación: "Nochevieja a cachitos"
18:18:06-18:18.25	Avance de programación: "El Barrio: Esencia"
18:18:25-18:18:35	Autopromoción producto: bolígrafo y cuaderno solidario- RNE.
18:18:35-18:18:55	Autopromoción de producto: El libro de Masterchef Junior "Recetas para flipar"
18:18:55-18:19:05	Autopromoción de programa: Curso de Inglés de TVE
18:19:05-18:19:17	Autopromoción de programa: "Cabalgata 2018"
18:19:17-18:19:27	**Patrocinio Cultural Aplicación de Idealista.** **Señaliza en la parte superior izquierda de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco. Se oye la locución "*La cabalgata de Reyes patrocinada por la app de Idealista"* Finaliza el patrocinio con la impresión central de la marca idealista con letras en color blanco y fondo verde**
18:19:27-18:19:55	Avance de programación:" Masterchef Junior"
18:19.55-18:20:05	**Patrocinio Cultural Placas de Inducción Bosch** **Señaliza en la parte superior derecha de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco. Se oye la locución "*Las placas de inducción Bosch, este dedo y este entrecotte patrocinan Masterchef Junior"* .Finaliza el patrocinio con el mensaje accesorio: "Bosch Innovación para tu vida"**
18:20:05-18:20:13	Cortinilla: La dos te sienta bien

4.- Comunicación comercial: "Patrocinio Cultural Pharmagrip Forte de Cinfa"
Franja horaria de visionado: 20:26:32 a 20:30:41 horas
Fecha de emisión: martes 9 de enero de 2018
Canal: La 1 - RTVE
Ámbito: Nacional.
Objeto del Acta: Art.16 de la ley 7/2010 LGCA y art. 12 del Reglamento aprobado por R.D 1624/2011 de 14 de noviembre. El patrocinio debe ir colocado inmediatamente antes o inmediatamente después del programa patrocinado a al inicio de cada reanudación tras los cortes que se produzcan. No se admiten como patrocinios los extractos de mensajes publicitarios. El patrocinio no incitará directamente a la compra o arrendamiento de productos o servicios.
Publicidad no permitida en RTVE (artículo 43.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual y artículo 7 de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.

Nº: 88/18

FRANJA HORARIA	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO EMITIDO
20:26:32-20:26:37	Avance de programación: "23 Premios Forqué"
20:26:37-20:27:02	Avance de programación: "Traición"
20:27:02-20:27:22	Autopromoción de programa:" Cuéntame cómo pasó"
20:27:22-20:27:48	Avance de programación: "El Olivo"
20:27:48-20:28:06	Avance de programación: "Aquí la Tierra"
20:28:06-20:28:16	**Patrocinio Cultural Pharmagrip Forte de Cinfa.** **Señaliza en la parte superior izquierda de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco. Se oye la locución "*Aquí la tierra patrocinado por Pharmagrip Forte". Aparecen en pantalla, los mensajes accesorios "dolor, fiebre y congestión nasal, a partir de 14 años y en la parte superior derecha la marca "Cinfa".* En la parte inferior de la pantalla y de derecha a izquierda con fondo azul se lee otro mensaje accesorio *"Lea las instrucciones de este medicamento y consulte a su farmacéutico"*** **Finaliza el patrocinio cultural**
20:28:16-20:28:36	Autopromoción de producto: Curso de Inglés online de TVE"
20:28:36-20:28:46	Autopromoción de producto: " El Concierto de Operación Triunfo en concierto"
20:28:46-20:29:06	Autopromoción de producto:" Libro Torres en la Cocina. Las recetas del programa de Tve"
20:29:06-20:29:29	Autopromoción de programa: "32 Premios Goya"
20:29:29-20:29:55	Avance de programación: "No es tan Fácil"
20:29:55-20:30:07	Autopromoción de programa :estreno en la 1 "Sabuesos"
20:30:07-20:30:41	Avance de programación: "Espías desde el Cielo"

5.- Comunicación comercial: "Patrocinio Cultural Ford Fiesta" y "Patrocinio Cultural Supermercado de El Corte Inglés"
Franja horaria de visionado: 18:32:25 a 18:35:27 horas
Fecha de emisión: domingo 31 de diciembre de 2017
Canal: La 1 - RTVE
Ámbito: Nacional.
Objeto del Acta: Art.16 de la ley 7/2010 LGCA y art. 12 del Reglamento aprobado por R.D 1624/2011 de 14 de noviembre. El patrocinio debe ir colocado inmediatamente antes o inmediatamente después del programa patrocinado a al inicio de cada reanudación tras los cortes que se produzcan. No se admiten como patrocinios los extractos de mensajes publicitarios. El patrocinio no incitará directamente a la compra o arrendamiento de productos o servicios.
Publicidad no permitida en RTVE (artículo 43.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual y artículo 7 de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.

Nº: 87/18

FRANJA HORARIA	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO EMITIDO
18:32:25-18:32:45	Autopromoción producto: DVD, Sinfonías de la mañana volumen 2 – "Librodisco +2VD de radio clásica"
18:32:45-18:33:05	Autopromoción de producto: Revista "saber cocinar de Tve"
18:33:05-18:33:25	Autopromoción de producto: Estoy vivo temporada 1 –DVD"
18:33:25-18:33:35	Autopromoción de programa: "Curso de Inglés de Televisión española"
18:33:35-18:33:56	Avance de Programación: Operación Triunfo 2017
18:33:56-18:34:06	**Patrocinio Cultural Ford Fiesta.** **Señaliza en la parte superior izquierda de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco. Se oye la locución "*Nuevo Ford Fiesta patrocina Operación Triunfo".* En letras grandes blancas aparece la marca Ford y el mensaje "All New Fiesta" Finaliza el patrocinio con los mensajes accesorios: "Ford, Go Further, ford.es** "
18:34:06-18:34:25	Avance de programación:" Masterchef Junior"
18:34:25 :18:34:35	**Patrocinio Cultural Supermercado de El Corte Inglés** **Señaliza en la parte superior izquierda de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco. Se oye la locución "*El Supermercado de El Corte Inglés alimenta hasta nuestra imaginación y patrocina Masterchef Junior".* Finaliza el patrocinio con la impresión de la marca de El Corte Inglés y debajo supermercado*"***
18:34:35-18:34.54	Avance de Programación: " Annie"
18:34:54-18:35:19	Avance de programación: "Campanadas 2017"
18:35:19-18:35:27	Autopromoción de programa: "Traición"

6.- Comunicación comercial: "Patrocinio Cultural Bering relojes" y Patrocinio Cultural Sorteo de Navidad de la ONCE"
Franja horaria de visionado: 19:08:39 a 19:12:12 horas
Fecha de emisión: sábado 23 de diciembre de 2017
Canal: La 1 - RTVE
Ámbito: Nacional.
Objeto del Acta: Art.16 de la ley 7/2010 LGCA y art. 12 del Reglamento aprobado por R.D 1624/2011 de 14 de noviembre. El patrocinio debe ir colocado inmediatamente antes o inmediatamente después del programa patrocinado a al inicio de cada reanudación tras los cortes que se produzcan. No se admiten como patrocinios los extractos de mensajes publicitarios. El patrocinio no incitará directamente a la compra o arrendamiento de productos o servicios.
Publicidad no permitida en RTVE (artículo 43.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual y artículo 7 de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.

Nº: 86/18

FRANJA HORARIA	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO EMITIDO
19:08:39-19:09:11	Avance de programación. "Blancanieves, mirror mirror".
19:09:11-19:09:40	Autopromoción de programa: "Siente la Navidad en la 1, Nochebuena "
19:09:40-19:09:55	Avance de programación: "Flash Moda"
19:09:55-19:10:05	**Patrocinio Cultural: "Bering relojes"** **Señaliza en la parte superior izquierda de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco.** **Se oye la locución *"Bering relojes patrocina Flash Moda".* En la mitad izquierda de la pantalla aparece escrita la marca "Bering" con letras blancas. Finaliza el patrocinio cultural.**
19:10:05-19:10:25	Autopromoción de producto: Revista Clan"
19:10:25-19:10:45	Autopromoción de producto: Revista Saber Cocinar de Tve"
19:10:45-19:11:05	Spot. Inlac, Ministerio de Agricultura, y pesca, Alimentación y Medio ambiente, Gobierno de España.
19:11:05-19:11:24	Cultura europea :Somos cine: "El Autor"
19:11:24-19:11:48	Autopromoción de programa. "Campanadas 2017"
19:11:48-19:11:58	**Patrocinio Cultural: "Sorteo de Navidad de la ONCE"** **Señaliza en la parte superior izquierda de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco.** **Se oye la locución:" *La ONCE en su ochenta aniversario y su sorteo de Navidad patrocinan Campanadas".* Finaliza el patrocinio cultural, con el mensaje accesorio "1 de enero de 2018, sorteo de Navidad de la ONCE"**
19:11:58-19:12:12	Avance de programación: " Navidad con Operación Triunfo"

7.- Comunicación comercial: "Patrocinio Cultural Nueva Fragancia de Elizabeth Arden White Tea" y Patrocinio Cultural Electrodomésticos Siemens"
Franja horaria de visionado: 14:27:53 a 14:32:19 horas
Fecha de emisión: miércoles 20 de diciembre de 2017
Canal: La 1 - RTVE
Ámbito: Nacional.
Objeto del Acta: Art.16 de la ley 7/2010 LGCA y art. 12 del Reglamento aprobado por R.D 1624/2011 de 14 de noviembre. El patrocinio debe ir colocado inmediatamente antes o inmediatamente después del programa patrocinado a al inicio de cada reanudación tras los cortes que se produzcan. No se admiten como patrocinios los extractos de mensajes publicitarios. El patrocinio no incitará directamente a la compra o arrendamiento de productos o servicios.
Publicidad no permitida en RTVE (artículo 43.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual y artículo 7 de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.

Nº: 85/18

FRANJA HORARIA	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO EMITIDO
14:27:53-14:28:21	Avance de Programación: 21D "Especial elecciones catalanas"
14:28:21-14:28:35	Avance de programación "Navidad con OT"
14:28:35-14:28:45	**Patrocinio Cultural: "Elizabeth Arden Nueva Fragancia White Tea " Señaliza en la parte superior izquierda de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco. Se oye la locución *"Navidad con Operación Triunfo patrocinada por White Tea, la fragancia de Elizabeth Arden".* Aparece el mensaje accesorio "Elizabeth Arden, White Tea la nueva fragancia" y "Find your moment". Finaliza el patrocinio cultural**
14:28:45-14:28:58	Autopromoción de programa: Película "Mi gran Noche"
14:28:58-14:29:22	Autopromoción de programa: "Campanadas 2017"
14:29:22-14:29:42	Autopromoción de producto: "Revista Clan"
14:29:42-14:30:02	Autopromoción de producto: "Revista Saber Cocinar de Rtve"
14:30:02-14:30:12	Autopromoción de producto: "Disco Oficial de Operación Triunfo 2017"
14:30:12:14:30:23	Avance de programación.: "Torres en la cocina"
14:30:23-14:30:33	**Patrocinio Cultural "Electrodomésticos Siemens". Señaliza en la parte superior derecha de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco. Se oye la locución "*Los electrodomésticos Siemens hierven, asan, hornean, caramelizan, escabechan, gratinan, confitan, escalfan y, a veces patrocinan. Electrodomésticos Siemens patrocinan Torres en la cocina"* Finaliza el patrocinio cultural**
14:30:33-14:31:00	Avance de programación: "Hércules el origen de la Leyenda"
14:31:00-14:31:31	Avance de programación:"Blancanieves mirror mirror"
14:31:31-14:31:54	Autopromoción de programa: "Desaparecidos"
14:31:54-14:32:19	Avance de programación: "Masterchef Junior"

8.- Comunicación comercial:" Patrocinio Cultural Pandora" y "Patrocinio Cultural Lavadoras Balay"
Franja horaria de visionado: 14:26:37 a 14:28:49 horas
Fecha de emisión: viernes 8 de diciembre de 2017
Canal: La 1 - RTVE
Ámbito: Nacional.
Objeto del Acta: Art.16 de la ley 7/2010 LGCA y art. 12 del Reglamento aprobado por R.D 1624/2011 de 14 de noviembre. El patrocinio debe ir colocado inmediatamente antes o inmediatamente después del programa patrocinado a al inicio de cada reanudación tras los cortes que se produzcan. No se admiten como patrocinios los extractos de mensajes publicitarios. El patrocinio no incitará directamente a la compra o arrendamiento de productos o servicios.

Publicidad no permitida en RTVE (artículo 43.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual y artículo 7 de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española

Nº: 84/18

FRANJA HORARIA	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO EMITIDO
14:26:37-14:27:03	Avance de Programación. "Traición"
14:27:03-14:27:18	Avance de programación "Flash Moda "
14:27:18-14:27:28	**Patrocinio Cultural: "Pandora"** **Señaliza en la parte superior izquierda de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco.** **En el centro de la pantalla se ve en letras grandes blancas "Pandora". Se oye la locución *"Flash Moda patrocinado por Pandora".* Finaliza el patrocinio cultural. con el mensaje accesorio "Pandora" en la parte inferior de la pantalla.**
14:27:28-14:27:43	Avance de Programación: "Españoles en el mundo- Zanzíbar"
14:27:43-14:27:53	**Patrocinio Cultural Lavadoras Balay.** **Señaliza en la parte superior izquierda de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco. Se escucha la locución "*las lavadoras con función pausa más carga de Balay patrocinan Españoles en el Mundo".*** **Continúa con la imagen del logo impreso de la marca Balay que cambia a la totalidad de la pantalla con fondo azul. Finaliza el patrocinio con el mensaje accesorio: "Por un mundo más cómodo ".**
14:27:53-14:28:13	Autopromoción producto: bolígrafo y cuaderno solidario- RNE.
14:28:13-14:28:33	Spot Dirección General de Tráfico, Ministerio del Interior, Gobierno de España.
14:28:33-14:28:49	Autopromoción programa: película " Annie"

9.- Comunicación comercial: "Patrocinio Cultural Pandora" y Patrocinio Cultural Ford Fiesta"
Franja horaria de visionado: 19:27:32 a 19:29:40 horas
Fecha de emisión: sábado 2 de diciembre de 2017
Canal: La 1 - RTVE
Ámbito: Nacional.
Objeto del Acta: Art.16 de la ley 7/2010 LGCA y art. 12 del Reglamento aprobado por R.D 1624/2011 de 14 de noviembre. El patrocinio debe ir colocado inmediatamente antes o inmediatamente después del programa patrocinado a al inicio de cada reanudación tras los cortes que se produzcan. No se admiten como patrocinios los extractos de mensajes publicitarios. El patrocinio no incitará directamente a la compra o arrendamiento de productos o servicios.
Publicidad no permitida en RTVE (artículo 43.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual y artículo 7 de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.

Nº: 83/18

FRANJA HORARIA	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO EMITIDO
19:27:32-19:27:52	Autopromoción Servicios Informativos de RTVE líderes de audiencia.
19:27:52-19:28:07	Avance de programación "Flash Moda "sábados y domingos en La 1
19:28:07-19:28:17	**Patrocinio Cultural: "Pandora"** **Señaliza en la parte superior izquierda de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco.** **En el centro de la pantalla se ve en letras grandes blancas "Pandora". Se oye la locución *"Flash Moda patrocinado por Pandora".* Finaliza el patrocinio cultural. con el mensaje accesorio "Pandora" en la parte inferior de la pantalla.**
19:28:17-19:28:41	Avance de Programación: Operación Triunfo 2017
19:28:41 - 19:28:51	**Patrocinio Cultural Ford Fiesta.** **Señaliza en la parte superior izquierda de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco. Se oye la locución "*Nuevo Ford Fiesta patrocina Operación Triunfo".* En letras grandes blancas aparece la marca Ford y el mensaje "All New Fiesta" Finaliza el patrocinio con los mensajes accesorios: "Ford, Go Further, ford.es "** **Finaliza el patrocinio cultural**
19:28:51-19:29:13	Autopromoción de Programa:" Masterchef Junior"
19:29:13-19.29:24	Avance de Programación " De la ley a la ley"
19:09:24-19:29:40	Avance de Programación: " Julieta" la película de la semana

10.- Comunicación comercial: "Patrocinio Cultural Campana extractora Bosch"
Franja horaria de visionado: 11:23:19 a 11:27:48 horas
Fecha de emisión: sábado 6 de enero de 2018
Canal: Clan - RTVE
Ámbito: Nacional.
Objeto del Acta: Art.16 de la ley 7/2010 LGCA y art. 12 del Reglamento aprobado por R.D 1624/2011 de 14 de noviembre. El patrocinio debe ir colocado inmediatamente antes o inmediatamente después del programa patrocinado a al inicio de cada reanudación tras los cortes que se produzcan. No se admiten como patrocinios los extractos de mensajes publicitarios. El patrocinio no incitará directamente a la compra o arrendamiento de productos o servicios.
Publicidad no permitida en RTVE (artículo 43.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual y artículo 7 de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.

Nº: 95/18

FRANJA HORARIA	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO EMITIDO
11:23:19-11:24:51	Programa: Patrulla canina
11:24:51-	Avance de programación: "Masterchef Junior"

11:25:15	
11:25:15-11:25:18	Cortinilla: Felices Fiestas Clan
11:25:18-11:25:28	**Patrocinio Cultural Campana extractora Bosch** **Señaliza en la parte superior derecha de la pantalla la letra C y debajo de ella se lee Patrocinio Cultural todo con letras de color blanco. En la parte superior izquierda aparece impreso el mensaje hastag "cocinaconbosch". Se oye la locución "*Las campanas extractoras Bosch, este dedo y esta cena patrocinan Masterchef Junior"* .Finaliza el patrocinio con el mensaje accesorio: "Bosch Innovación para tu vida"**
11:25:28-11:25:48	Autopromoción producto: bolígrafo y cuaderno solidario- RNE.
11:25:48-11:25:56	Autopromoción puedes ver esta serie en inglés con subtítulos" aprende inglés con clan "
11:25:56-11:27:48	Programa: Patrulla canina

TERCERO.- Audiencia y duración de las comunicaciones comerciales analizadas

Se ha unido al expediente (folio 63) el informe de la fecha de emisión de cada mensaje publicitario, su duración, número de emisiones y audiencia. Por su extensión, se reproduce a continuación un resumen del mismo:

Campaña	Cadena	Ámbitos de emisión	Fecha de inicio	Fecha final	Duración total en sg.	Tipo	Número de emisiones	Promedio de AM (000)
BALAY/LAVADORAS	La1, La2, 24H y Teledeporte	GEN, CAT y CAN	01/12/2017	11/01/2018	2290	SPOT	229	311,52
BANKIA/HIPOTECAS	La1, La2 y 24H	GEN, CAT y CAN	01/12/2017	11/01/2018	1500	SPOT	150	153,56
BERING/RELOJES	La1	GEN, CAT y CAN	14/12/2017	31/12/2017	290	SPOT	29	366,55
BOSCH/BATIDORA MAXXO MIX	La1, La2 y CLAN	GEN, CAT y CAN	02/12/2017	05/01/2018	740	SPOT	74	417,36
BOSCH/CAMPANA EXTRACTORA	La1, La2 y CLAN	GEN, CAT y CAN	02/12/2017	05/01/2018	790	SPOT	79	354,02
BOSCH/HORNOS	La1, La2 y CLAN	GEN, CAT y CAN	02/12/2017	06/01/2018	790	SPOT	79	249,22
BOSCH/PLACAS INDUCCIÓN	La1, La2 y CLAN	GEN, CAT y CAN	01/12/2017	06/01/2018	1080	SPOT	108	294,70
CINFA/PHARMAGRIP FORTE/ANTIGRIPAL	La1	GEN, CAT y CAN	02/12/2017	11/01/2018	900	SPOT	90	437,41
EL CORTE INGLES/ SUPERMERCADO	La1, La2 y CLAN	GEN, CAT y CAN	02/12/2017	06/01/2018	3100	SPOT	310	373,79
ELIZABETH ARDEN/WHITE TEA/FRAGANCIA MUJER	La1, La2, 24H y Teledeporte	GEN, CAT y CAN	19/12/2017	25/12/2017	1030	SPOT	103	261,46

Campaña	Cadena	Ámbitos de emisión	Fecha de inicio	Fecha final	Duración total en sg.	Tipo	Número de emisiones	Promedio de AM (000)
FORD FIESTA	La1, La2, 24H y Teledeporte	GEN, CAT y CAN	01/12/2017	11/01/2018	5040	SPOT	504	324,12
IDEALISTA/ APLICACIÓN	La1, La2 y CLAN	GEN, CAT y CAN	28/12/2017	05/01/2018	1930	SPOT	193	322,56
ONCE/SORTEO DE NAVIDAD	La1, La2, 24H y Teledeporte	GEN, CAT y CAN	13/12/2017	31/12/2017	3250	CARTÓN	325	266.10
PANDORA/JOYAS	La1, La2, 24H y Teledeporte	GEN, CAT y CAN	01/12/2017	28/12/2017	3860	SPOT	386	258,31
SIEMENS/ ELECTRODOMEST	La1	GEN, CAT y CAN	01/12/2017	11/01/2018	1010	SPOT	101	526,40
TOTALES					**27594**		**2760**	

El resumen de las circunstancias de las emisiones de las campañas, los productos promocionados, los programas patrocinados y las locuciones o mensajes que se incluyen, se recogen en la siguiente tabla:

Campaña	Circunstancias de las emisiones	Productos o servicios promocionados	Avances de programas patrocinados	Locuciones o mensajes incluidos
BALAY/LAVADORAS	EN BLOQUE PUBLICITARIO. UNIDO A AVANCE DE PROGRAMACIÓN	LAVADORAS CON FUNCIÓN PAUSA MÁS CARGA	ESPAÑOLES POR EL MUNDO	Por un mundo más cómodo
BANKIA/HIPOTECAS	EN BLOQUE PUBLICITARIO. UNIDO A AVANCE DE PROGRAMACIÓN	HIPOTECA BANKIA	MILLENIUM	Seguimos trabajando
BERING/RELOJES	EN BLOQUE PUBLICITARIO. UNIDO A AVANCE DE PROGRAMACIÓN	**RELOJES BERING**	FLASH MODA	-
BOSCH/BATIDORA MAXXO MIX	EN BLOQUE PUBLICITARIO. UNIDO A AVANCE DE PROGRAMACIÓN	BATIDORA MAXOMIX	MASTERCHEF JUNIOR	Bosch. Innovación para tu vida
BOSCH/CAMPANA EXTRACTORA	EN BLOQUE PUBLICITARIO. UNIDO A AVANCE DE PROGRAMACIÓN	CAMPANAS EXTRACTORAS	MASTERCHEF JUNIOR	Bosch. Innovación para tu vida
BOSCH/HORNOS	EN BLOQUE PUBLICITARIO. UNIDO A AVANCE DE PROGRAMACIÓN	HORNOS BOSCH	MASTERCHEF JUNIOR	Bosch. Innovación para tu vida
BOSCH/PLACAS INDUCCIÓN	EN BLOQUE PUBLICITARIO. UNIDO A AVANCE DE PROGRAMACIÓN	PLACAS DE INDUCCIÓN	MASTERCHEF JUNIOR	Bosch. Innovación para tu vida
CINFA/PHARMAGRIP FORTE/ANTIGRIPAL	EN BLOQUE PUBLICITARIO. UNIDO A AVANCE DE PROGRAMACIÓN	ANTIGRIPAL DE CINFA	AQUÍ LA TIERRA	-
EL CORTE INGLES/ SUPERMERCADO	EN BLOQUE PUBLICITARIO. UNIDO A AVANCE DE PROGRAMACIÓN	SUPERMERCADO DE EL CORTE INGLÉS	MASTERCHEF JUNIOR	***El Supermercado de El Corte Inglés alimenta hasta nuestra imaginación***
ELIZABETH ARDEN/WHITE TEA/FRAGANCIA MUJER	EN BLOQUE PUBLICITARIO. UNIDO A AVANCE DE PROGRAMACIÓN	COLONIA WHITE TEA	OPERACIÓN TRIUNFO	"Elizabeth Arden, White Tea la nueva fragancia" y "Find your moment
FORD FIESTA	EN BLOQUE PUBLICITARIO. UNIDO A AVANCE DE PROGRAMACIÓN	NUEVO FORD FIESTA	OPERACIÓN TRIUNFO 2017	All New Fiesta Y Ford, Go Further, ford.es

Campaña	Circunstancias de las emisiones	Productos o servicios promocionados	Avances de programas patrocinados	Locuciones o mensajes incluidos
IDEALISTA/ APLICACIÓN	EN BLOQUE PUBLICITARIO. UNIDO A AVANCE DE PROGRAMACIÓN	**APP DEL IDEALISTA**	LA CABALGATA DE REYES	-
ONCE/SORTEO DE NAVIDAD	EN BLOQUE PUBLICITARIO. UNIDO A AVANCE DE PROGRAMACIÓN	SORTEO DE NAVIDAD	CAMPANADAS	1 de enero de 2018, sorteo de Navidad de la ONCE
PANDORA/JOYAS	EN BLOQUE PUBLICITARIO. UNIDO A AVANCE DE PROGRAMACIÓN	**JOYERÍA DE PANDORA**	FLASH MODA	-
SIEMENS/ ELECTRODOMEST	EN BLOQUE PUBLICITARIO. UNIDO A AVANCE DE PROGRAMACIÓN	ELECTRODO-MÉSTICOS SIEMENS	TORRES EN LA COCINA	Los electrodomésticos Siemens hierven, asan, hornean, caramelizan, escabechan, gratinan, confitan, escalfan y, a veces patrocinan

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.

Son de aplicación al presente procedimiento la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual; 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; Ley 8/2009, de 28 de agosto, de Financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española; 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

El objeto del presente procedimiento sancionador consiste en determinar si la CRTVE ha vulnerado la prohibición de emisión de comunicación comercial audiovisual de los servicios de interés económico general de comunicación

audiovisual televisiva de titularidad estatal a la que se refiere el artículo 43.2 de la LGCA, por la emisión de doce campañas publicitarias entre diciembre de 2017 y enero de 2018.

III. Tipificación de los hechos probados: infracción de la prohibición de emitir comunicaciones comerciales por parte de la CRTVE

3.1 Prohibición de emitir comunicaciones comerciales y posibilidad de emitir patrocinios culturales como excepción

El artículo 43.2 de la LGCA establece la prohibición a los prestadores de servicios televisivos de titularidad estatal de emitir comunicaciones comerciales en los siguientes términos:

> *2. Los servicios de interés económico general de comunicación audiovisual radiofónica, televisiva, conexos e interactivos de titularidad estatal no admitirán ninguna forma de comunicación comercial audiovisual, ni la emisión de contenidos audiovisual en sistemas de acceso condicional, sin perjuicio de las excepciones que su normativa específica de financiación establezca.*
>
> *(…).*

Como puede observarse, la prohibición no es absoluta, pues permite excepciones. En este sentido, ha de hacerse referencia al artículo 7 de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española (LFCRTVE), según el cual:

> *Artículo 7. Ingresos derivados de la actividad.*
>
> *1. La Corporación RTVE podrá obtener ingresos, sin subcotizar los precios de su actividad mercantil, por los servicios que preste y, en general, por el ejercicio de sus actividades, incluyendo la comercialización de sus contenidos, tanto de producción propia como de producción mixta o coproducción, siempre que los ingresos no procedan de actividades de publicidad o de televenta en cualquiera de sus formas, incluido el patrocinio y el intercambio publicitario de productos o programas, ni se trate de ingresos derivados del acceso condicional que no estén autorizados conforme a la presente Ley. No obstante, se permitirán los patrocinios y el intercambio publicitario de eventos deportivos y culturales, que se enmarquen dentro de la misión de servicio público de la Corporación, sin valor comercial y siempre que tengan este sistema como única posibilidad de difusión y producción.*
>
> *Excepcionalmente podrán emitirse competiciones deportivas con contrato de patrocinio u otras formas comerciales cuando éstas formen parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir.*
>
> *Asimismo, y en función de lo establecido en el artículo 9.1.k) de la presente Ley, la Corporación RTVE podrá aceptar patrocinios, siempre que éstos sólo sean difundidos a través de los canales internacionales de televisión.*

Los ingresos derivados de lo establecido en los dos párrafos anteriores se minorarán de las compensaciones por el cumplimiento de las obligaciones de servicio público consignadas en los Presupuestos Generales del Estado.

2. A los efectos de la presente ley, se entiende por actividades de publicidad y televenta las definidas en los apartados c) y h) del artículo 3 de 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.

3. No obstante lo dispuesto en el apartado 2 anterior, no tendrán la consideración de publicidad las actividades siguientes, las cuales, sin embargo, en caso de realizarse no darán lugar a la percepción de ninguna contraprestación económica:

a) Las actividades de autopromoción, siempre que la duración máxima de los contenidos de autopromoción por hora de emisión no sea superior a la del resto de los operadores de televisión de ámbito geográfico nacional.

b) Las actividades de publicidad y comunicación institucional, entendiendo por tales aquellas reconocidas por la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional y la legislación autonómica en la materia, así como de patrocinio cultural.

c) Las actividades derivadas de la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General.

d) Las campañas divulgativas de carácter social o de contenidos solidarios en beneficio de entidades y organizaciones sin fines de lucro emitidas al amparo de la responsabilidad social corporativa de la Corporación RTVE.

De este modo, la LFCRTVE permite a la Corporación la emisión de patrocinios culturales. A falta de más detalles en la LFCRTVE, el artículo 2.30 de la LGCA define la figura del patrocinio cultural en los siguientes términos:

30. Patrocinio Cultural. Cualquier contribución de una Institución, Empresa o Fundación a la producción de obras audiovisuales, programas de radio y televisión y/o contenidos digitales de temática cultural, social o de promoción del deporte, con la finalidad de promocionar su actividad, marca y/o imagen o como expresión de su responsabilidad social corporativa.

Por tanto, los patrocinios culturales han de estar vinculados a la producción o financiación de obras audiovisuales o de programas de temática cultural, social o de promoción del deporte.

Por otra parte, el apartado 29 del mismo artículo regula la figura del patrocinio:

29. Patrocinio. Cualquier contribución que una empresa pública o privada o una persona física no vinculada a la prestación de servicios de comunicación audiovisual ni a la producción de obras audiovisuales haga a la financiación de

servicios de comunicación audiovisual o programas, con la finalidad de promocionar su nombre, marca, imagen, actividades o productos.

En consecuencia, el patrocinio cultural es una figura diferente al patrocinio regulado en el artículo 2.29 de la LGCA. En particular, la finalidad de los patrocinios culturales es más restringida que la de los patrocinios normales, al limitar la promoción a la actividad, marca y/o imagen del patrocinador o como expresión de su responsabilidad social corporativa. Así, la CRTVE solo está facultada, según su ley de financiación, para la emisión de patrocinios culturales.

No obstante, ambas formas de patrocinio son expresión del derecho de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual a que sus programas sean patrocinados. Por tanto, tanto el patrocinio como el patrocinio cultural deben cumplir los requisitos del ejercicio del derecho al patrocinio que se regulan en el artículo de la 16 LGCA.

De este modo, el artículo 16 de la LGCA regula el derecho al patrocinio en los siguientes términos:

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a que sus programas sean patrocinados, excepto los programas de contenido informativo de actualidad.

2. El público debe ser claramente informado del patrocinio al principio, al inicio de cada reanudación tras los cortes que se produzcan o al final del programa mediante el nombre, el logotipo, o cualquier otro símbolo, producto o servicio del patrocinador.

3. El patrocinio no puede condicionar la independencia editorial. Tampoco puede incitar directamente la compra o arrendamiento de bienes o servicios, en particular, mediante referencias de promoción concretas a éstos.

Además, el patrocinio no puede afectar al contenido del programa o comunicación audiovisual patrocinados ni a su horario de emisión de manera que se vea afectada la responsabilidad del prestador del servicio de comunicación audiovisual.

Por su parte, el artículo 12 del Reglamento de publicidad detalla las condiciones y requisitos del patrocinio para que no compute como mensaje publicitario en el límite de 12 minutos por hora de reloj. Entre estos requisitos, se encuentra la necesidad de que el patrocinio esté referido a un programa y no a avances de programación, y que no se hagan menciones verbales o visuales a las posibles virtudes del patrocinador o sus productos.

Del anterior análisis de la normativa se desprenden dos conclusiones:

En primer lugar, el artículo 43.2 de la LGCA prohíbe a la CRTVE la emisión de comunicaciones comerciales, con una serie de excepciones, entre las

que se encuentra la emisión de patrocinios culturales establecida en el artículo 7 de la LFCRTVE.

En segundo lugar, los patrocinios culturales se definen en el artículo 2.30 de la LGCA como una figura diferente al patrocinio. Sin embargo, ambos son expresión del derecho de los prestadores de servicio de comunicación audiovisual a que sus programas sean patrocinados. Por lo tanto, ambas figuras deben cumplir los requisitos del ejercicio de este derecho al patrocinio que se regulan en el artículo 16 LGCA y se desarrollan en el artículo 12 del Reglamento de publicidad. Entre estos requisitos, destaca la prohibición de que el patrocinio condicione la independencia editorial e incite directamente a la compra de los bienes, así como la prohibición de que se refieran a avances de programación y de que emitan menciones verbales o visuales a las virtudes o características del patrocinador o sus productos. De este modo, se exige que el patrocinio se aleje de las formas de presentación de los mensajes publicitarios o de la televenta.

3.2 Incumplimiento de los requisitos para la emisión de patrocinios culturales por parte de la CRTVE

Según lo descrito en los informes de visionado reflejados en el apartado Hechos Probados, las doce campañas a que se refiere el presente expediente sancionador acompañan a avances de programación (avances de programación de *Operación Triunfo 2017*, *Masterchef Junior*, *Flash Moda*, *Navidad con OT*, *Aquí la Tierra*, entre otros) o a autopromociones de programas (por ejemplo, *Campanadas 2017*). Asimismo, las campañas se presentan con la forma de mensajes publicitarios, o extractos, y muestran las características de los productos o servicios anunciados, sus ventajas, sus virtudes o, incluso, el grado de satisfacción de sus poseedores. Como ejemplo, la campaña de Bosh incluye el siguiente mensaje: "*Los electrodomésticos Siemens hierven, fríen, asan, hornean, caramelizan, escabechan, gratinan, confitan, escalfan y, a veces, patrocinan. Electrodomésticos Siemens patrocinan Torres en la cocina*", y la campaña de Lavadoras Balay contiene el siguiente mensaje verbal: "*las lavadoras con función pausan más carga de Balay patrocinan Españoles en el Mundo*".

En consecuencia, incumplen lo dispuesto en el artículo 16 LGCA y el artículo 12 del Reglamento de publicidad por las siguientes razones:

- En primer lugar, se emiten independientemente de los programas patrocinados, y no se refieren a subprogramas que constituyan una unidad programática en sí mismos y se incluyan de forma autónoma en la Guía Electrónica de Programación, y no forman parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir. Como se ha señalado, se emiten vinculados a avances de programación o autopromociones, vulnerando lo dispuesto en el artículo 12.1.b) del Reglamento de publicidad.

- Además, la CRTVE, entre el 1 de diciembre de 2017 y el 11 de enero de 2018, ha emitido en sus anales 2.760 comunicaciones de estas campañas, por lo que, sin duda, estas emisiones estarían afectando a su independencia editorial, lo que constituye un incumplimiento del artículo 16.3 de la LGCA.

- Por otro lado, las campañas adoptan la forma de los mensajes publicitarios, incitando directamente a la compra de los bienes, por lo que incumplen lo dispuesto en el artículo 16.3 de la LGCA. En concreto, incluyen menciones verbales y visuales de las posibles características de los productos del patrocinador, vulnerando lo dispuesto en el artículo 12.3.e) del Reglamento de publicidad.

Así, todas las campañas emitidas incumplen los requisitos del ejercicio del derecho al patrocinio.

Por otra parte, ninguna de las doce campañas cumple con los requisitos del patrocinio cultural del artículo 2.30 de la LGCA, pues se trata de mensajes publicitarios que incitan directamente a la compra de bienes mediante las imágenes propias de los anuncios publicitarios, y se emiten independientemente de los programas patrocinados ya que acompañan en todos los casos a autopromociones de programas o avances de programación.
Por todo ello, estas campañas no se pueden entender amparadas por la excursión contenida en el artículo 7.3, letra b) de la LFCRTVE. En consecuencia, las campañas constituyen comunicaciones comerciales en forma de mensajes publicitarios cuya emisión no está permitida para la CRTVE por el artículo 43.2 de la LGCA.

En este sentido, el artículo 59.2 de la LGCA tipifica como infracción leve "*el incumplimiento del resto de deberes y obligaciones establecidas en esta Ley, que no estén tipificadas como infracciones graves o muy graves*". Así, la emisión de las doce campañas descritas emitidas entre el 1 de diciembre de 2017 y el 11 de enero de 2018 implican la infracción del artículo 43.2 por tratarse de la emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales en los canales de la CRTVE.

En particular, los incumplimientos en que ha incurrido la CRTVE son los siguientes:

CAMPAÑA	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	Nº DE EMISIONES	TIEMPO DE EMISIÓN (en sg.)	AUDIENCIAS MEDIAS (EN MILES)
BALAY	01/12/2017	11/01/2018	229	2290	311,52
BANKIA	01/12/2017	11/01/2018	150	1500	153,56
BERING	14/12/2017	31/12/2017	29	290	366,55
BOSCH	01/12/2017	06/01/2018	340	3400	328,82
CINFA	02/12/2017	11/01/2018	90	900	437,41
EL CORTE INGLÉS	02/12/2017	06/01/2018	310	3100	373,79

CAMPAÑA	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	Nº DE EMISIONES	TIEMPO DE EMISIÓN (en sg.)	AUDIENCIAS MEDIAS (EN MILES)
ELIZABETH ARDEN	19/12/2017	25/12/2017	103	1030	261,46
FORD	01/12/2017	11/01/2018	504	5040	324,12
EL IDEALISTA	28/12/2017	05/01/2018	193	1930	322,56
ONCE	13/12/2017	31/12/2017	325	3250	266.10
PANDORA	01/12/2017	28/12/2017	386	3860	258,31
SIEMENS	01/12/2017	11/01/2018	101	1010	526,40

Se estima justificado aplicar el régimen de las infracciones continuadas, restablecido en el artículo 29.6 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público (LRJSP). Este precepto establece que *"será sancionable, como infracción continuada, la realización de una pluralidad de acciones u omisiones que infrinjan el mismo o semejantes preceptos administrativos, en ejecución de un plan preconcebido o aprovechando idéntica ocasión."* En el presente caso, como se observa en la tabla, en referencia a cada patrocinador, se han producido una pluralidad de acciones en un periodo determinado, acciones que infringen un mismo precepto. De este modo, se considera que las emisiones corresponden a doce campañas publicitarias que ejecutan un plan preconcebido, con lo que se reduce el número de infracciones a doce.

Por lo tanto, la conducta de CRTVE constituye la comisión de doce infracciones leves.

3.3. Alegaciones de la CRTVE a la tipificación

La CRTVE no ha discutido los hechos probados durante la instrucción del procedimiento, pero difiere de su calificación jurídica, alegando lo siguiente:

3.3.1. Mantiene la CRTVE que <u>no existe una prohibición general que impida a la Corporación emitir publicidad, sino que tanto la LFCRTVE como la LGCA, lo que prohíben es que la Corporación se financie con la emisión de comunicaciones comerciales obteniendo una contraprestación</u>. Sin embargo, argumenta, en las emisiones objeto del expediente la CRTVE no ha recibido contraprestación económica por su emisión.

Sin embargo, contrariamente a lo que sostiene la CRTVE, el artículo 43.2 de la LGCA es taxativo: "*Los servicios de interés económico general de comunicación audiovisual radiofónica, televisiva, conexos e interactivos de titularidad estatal* ***no admitirán ninguna forma de comunicación comercial audiovisual*** (…)".

La LGCA no condiciona la emisión de comunicaciones comerciales en la CRTVE a que no exista contraprestación o a que la CRTVE se financie con ella. La única excepción que establece es la "***que su normativa específica de financiación establezca***". Es decir, la LFCRTVE establece unas excepciones a lo previsto en la LGCA y, en consecuencia, los supuestos contemplados en la

Ley de financiación deben ser interpretados restrictivamente. Por tanto, las emisiones de comunicaciones comerciales de la CRTVE deben ceñirse a las excepciones autorizadas por la LFCRTVE.

Por otra parte, el Art. 2.24 LGCA define la comunicación comercial audiovisual como:

> "*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".*

Y, a continuación, en el siguiente párrafo, añade:

> *"**En todo caso** son formas de comunicación comercial audiovisual: el mensaje publicitario televisivo o radiofónico, el patrocinio, la televenta y el emplazamiento de producto".*

En consecuencia, toda comunicación audiovisual que se clasifique como mensaje publicitario televisivo o radiofónico, patrocinio, televenta o emplazamiento de producto, es una comunicación comercial.

Además, la interpretación de la CRTVE supondría, de facto, que la CRTVE podría emitir publicidad, pues bastaría que no cobrarla directamente de las empresas anunciantes. El régimen especial de financiación de la CRTVE impide la emisión de comunicaciones comerciales y, a cambio, la imposición de una aportación obligatoria por parte de otros intervinientes en el mercado de comunicación audiovisual. Esta obligación pecuniaria a favor de la CRTVE se justifica por esa prohibición, es decir, por la supresión del régimen de publicidad retribuida como fuente de financiación de dicha Corporación, por lo que tiene un carácter compensatorio. De permitir la emisión de publicidad, aunque sea de forma "gratuita", los operadores obligados financiar la CRTVE verían truncadas sus expectativas de evitar un competidor en el mercado publicitario pese a tener que financiar a la CRTVE con la aportación a la que se refiere los artículos 2.1.d) y 6 de la LFCRTVE.

De la misma manera, si el requisito de la remuneración económica determinase la naturaleza de las comunicaciones comerciales, los operadores podrían burlar las limitaciones que la LGCA impone a la comunicación audiovisual comercial alegando esta falta de retribución e ideando diversas estrategias para emitir publicidad que permitiese superar esas limitaciones a cambio de ventajas indirectas o futuras a favor de los anunciantes. Por ejemplo, un operador podría insertar "publicidad no remunerada" en hora punta y, a cambio, obtener determinados compromisos de un anunciante, como la obligación de contratar otras campañas. También podría, adquirir derechos de emisión a cambio de emisión gratuita de publicidad y que los anunciantes remunerasen a los

titulares de esos derechos. Esta forma de remuneración indirecta no tiene cabida en la LGCA, entre otros motivos, precisamente porque la LGCA habla de "contraprestación", término lo suficientemente amplio como para amparar cualquier ventaja obtenida por el prestador por la emisión de las comunicaciones comerciales.

A mayor abundamiento, a juicio de esta Comisión, la definición contenida en la LGCA ha de interpretarse de forma conjunta, en el caso de la CRTVE, con su Ley de Financiación. Lo esencial de una comunicación comercial audiovisual no es su carácter retribuido, sino su finalidad promocional o publicitaria. La ocupación de espacios de emisión por parte de la comunicación comercial audiovisual siempre tiene un valor económico que los prestadores de comunicación audiovisual intentan rentabilizar al máximo, como es natural. Desde esta perspectiva, ha de entenderse que toda comunicación comercial, con el consumo de tiempo de emisión que ello supone, no se hace de forma altruista o desinteresada y que, por definición, ha de implicar una contraprestación por parte del anunciante hacia el prestador del servicio. No es razonable desde el punto de vista de un empresario, emitir de forma gratuita comunicaciones comerciales, sin perjuicio de la posibilidad de obtener otras compensaciones de forma indirecta.

Finalmente, ha de tenerse en cuenta que la LGCA es posterior a la LFCRTVE, por lo que si la LGCA hubiera querido permitir la emisión de publicidad que no supusiera ingresos para la Corporación, lo hubiera señalado expresamente. Sin embargo, y como se ha señalado, la LGCA es taxativa en este aspecto.

3.3.2. Mantiene, en segundo lugar, la CRTVE, que <u>los patrocinios culturales emitidos cumplen todos los requisitos del artículo 16 LGCA que regula el derecho al patrocinio. Respecto de los requisitos regulados en el artículo 12 del Reglamento de publicidad, la CRTVE considera que su incumplimiento no implicaría que los patrocinios emitidos estuvieran prohibidos por la normativa de financiación, sino que conllevaría que no pudieran excluirse del cómputo de tiempo máximo de 12 minutos</u>.

Esta alegación no puede ser aceptada. Con carácter previo, ha de aclararse que no se discute la posibilidad de que la CRTVE pueda emitir patrocinios culturales. Sin embargo, lo alegado por la CTRTVE contradice frontalmente lo dispuesto en el Art. 14.1, párrafo 3, de la LGCA:

> "*Para el cómputo de esos 12 minutos se tendrá <u>sólo en cuenta el conjunto de los mensajes publicitarios y la televenta</u>,* <u>excluyéndose el patrocinio</u> *y el emplazamiento*"

Así, en la LGCA no se contemplan los patrocinios que computan por el incumplimiento de las condiciones de emisión de los patrocinios. Según lo dispuesto en el artículo 14.1 de la LGCA, el patrocinio siempre se excluye del límite de los 12 minutos. De modo que, si la forma publicitaria ha pasado a

computar, por no cumplir los requisitos del patrocinio, es porque ya no es un patrocinio, es un mensaje publicitario.

En este mismo sentido se pronuncia el Reglamento de publicidad, al apuntar en la rúbrica del artículo 12: "*Condiciones y requisitos del patrocinio para que no computen como mensajes publicitarios en el límite de los 12 minutos de reloj destinados a mensajes publicitarios y de televenta*". Es decir, establece las condiciones y requisitos para que los patrocinios no se consideren mensajes publicitarios. Para darle a este precepto el sentido que pretende la CRTVE, hubiera bastado con eliminar "*como mensajes publicitarios*" o haberlo introducido entre comas, como una aposición de carácter explicativo. Igualmente, en el segundo párrafo de la letra b) del artículo 12.1 del Reglamento de publicidad se dice textualmente: "*En consecuencia, no pueden considerarse como tal los patrocinios de secciones, ni de avances de programación*…". Es decir, no se consideran patrocinios. Y, más adelante, en el párrafo 2.º de la letra e) se vuelve a hacer la exclusión: "*No se admitirán como patrocinios los mensajes publicitarios o de televenta, ni extractos de mensajes publicitarios o de televenta, ni aquellos cuyas características y presentación sean similares a los mensajes publicitarios o de televenta*".

En definitiva, el incumplimiento de las condiciones y requisitos de los patrocinios, tanto los requisitos regulados en el artículo 16 de la LGCA como los del artículo 12 del Reglamento de publicidad, determina su clasificación como mensajes publicitarios y su cómputo en el límite de los 12 minutos.

Y ello asimismo porque el patrocinio no solo exige los requisitos del artículo 16 de la LGCA, sino también los que se desprenden de su propia definición, así como los del Reglamento de publicidad.

3.3.3. Mantiene la CRTVE que los patrocinios referidos son patrocinios culturales, que no incumplen los requisitos del artículo 12 del Reglamento de publicidad, pues las creatividades que acompañan a los mismos se han realizado ex profeso para que se ajusten a lo dispuesto en la normativa y no se trate de anuncios convencionales. De este modo, las locuciones o mensajes accesorios a que se refiere el acuerdo de incoación son marcas registradas ("Balay, por un mundo más cómodo, "Bankia. Sigamos trabajando"), y no existe en los mismos incitación directa a la compra prohibida por la normativa.

Sin embargo, como se ha explicado anteriormente, la finalidad de los patrocinios culturales es más restringida que la de los patrocinios normales, al limitar la promoción a la actividad, marca y/o imagen del patrocinador o como expresión de su responsabilidad social corporativa.

Las emisiones de CRTVE objeto del expediente toman la forma y el estilo de los mensajes publicitarios y están destinadas a la promoción de los productos y servicios de los patrocinadores, emplean, en algunos de ellos, lo que la CRTVE califica de marcas registradas de los patrocinadores, y constituyen mensajes en

los que se ensalzan las características de los patrocinadores y se extienden a los productos y servicios publicitados. Todo ello no hace sino acentuar el carácter de mensaje publicitario de las creatividades emitidas. Por lo tanto, un mensaje publicitario no puede considerarse un "patrocinio cultural" porque, para ello, debería tratarse en primer lugar de un "patrocinio".

De este modo, dichas emisiones incumplen lo dispuesto en el artículo 12 del Reglamento de publicidad. En concreto, se incumple la prohibición de que las emisiones incluyan "*menciones verbales o visuales a las posibles virtudes, méritos u otras características del patrocinador o de sus productos o servicios, en particular mediante referencias concretas a éstos de carácter promocional.*" Así, las marcas registradas que constituyen menciones a las posibles virtudes, méritos u otras características del patrocinador o de sus productos, no se admiten en el patrocinio televisivo. Esta conclusión no queda desvirtuada por la aportación de la CRTVE a este procedimiento de los documentos que acreditan el registro de las marcas referidas.

Además, se incumple lo establecido en el artículo 12.1.b) que establece que *"no pueden considerase como tal los patrocinios de secciones de programas, ni de avances de programación*". Como se viene señalado y consta en el apartado Hechos Probados, las emisiones objeto del presente procedimiento se refieren en todos los casos a avances de programación o autopromociones.

3.3.4. Finalmente, la CTRTVE añade, en sus alegaciones, que, por Resolución del Subdirector General de Contenidos de la Sociedad de la Información de 11 de septiembre de 2013, por la que se archiva la denuncia contra la CRTVE por presuntas prácticas contrarias a la normativa vigente en materia de publicidad, se entendió que la realización de campañas como las analizadas estaba amparada por las excepciones legalmente previstas en la LFCRTVE. Hace también referencia la CRTVE al expediente R/DSTA/0012/14 por el que la CNMC resolvió un recurso de alzada interpuesto contra la resolución de 11 de septiembre de 2013 mencionada. La CRTVE alega que, en virtud de dichas resoluciones, esta Comisión estaría ahora vulnerando el principio de buena fe y confianza legítima.

Esta alegación carece de relevancia en el presente procedimiento, pues, en primer lugar, la CNMC no hizo un análisis detallado de las circunstancias en las que se emitieron las comunicaciones comerciales en dichos procedimientos, ni se instruyó un procedimiento administrativo a tal efecto. Además, el respeto a la confianza legítima que pudiera haber generado la actuación que se alega, esta ha de proyectarse al ámbito de la discrecionalidad, no al de los aspectos reglados o exigencias normativas. Así, frente a estas exigencias normativas, en el Derecho Administrativo, no puede prevalecer lo resuelto en acto o en precedente que fuera de lo contrario a aquellas.

Como ejemplo, la Sentencia del Tribunal Supremo nº 420/2018, de 15 de marzo de 2018 (Recurso de Casación 3500/2015) señala que:

"… como precisamos en nuestra sentencia de 1 de febrero de 1999 (recurso de casación 5475/1995) este principio no puede invocarse para crear, mantener o extender, en el ámbito del Derecho público, situaciones contrarias al ordenamiento jurídico, o cuando del acto precedente resulta una contradicción con el fin o interés tutelado por una norma jurídica que, por su naturaleza, no es susceptible de amparar una conducta discrecional por la Administración que suponga el reconocimiento de unos derechos y/u obligaciones que dimanen de actos propios de la misma. O, dicho en otros términos, la doctrina invocada de los «actos propios» sin la limitación que acaba de exponerse podría introducir en el ámbito de las relaciones de Derecho público el principio de la autonomía de la voluntad como método ordenador de materias reguladas por normas de naturaleza imperativa, en las que prevalece el interés público salvaguardado por el principio de legalidad; principio que resultaría conculcado si se diera validez a una actuación de la Administración contraria al ordenamiento jurídico por el solo hecho de que así se ha decidido por la Administración o porque responde a un precedente de ésta. Una cosa es la irrevocabilidad de los propios actos declarativos de derechos fuera de los cauces de revisión establecidos en la Ley (arts. 109 y 110 LPA de 1958, 102 y 103 de la Ley de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y Procedimiento Administrativo Común, Ley 30/1992, modificada por Ley 4/1999) y otra el respeto a la confianza legítima generada por actuación propia que necesariamente ha de proyectarse al ámbito de la discrecionalidad o de la autonomía, no al de los aspectos reglados o exigencias normativas frente a las que, en el Derecho Administrativo, no puede prevalecer lo resuelto en acto o en precedente que fuera contrario a aquéllos. O, en otros términos, no puede decirse que sea legítima la confianza que se deposite en un acto o precedente que sea contrario a norma imperativa.

La anterior interpretación supone, entre otras consecuencias, que no podría alegarse la infracción del principio de confianza legítima para evitar la sanción de una conducta tipificada, pues ello supondría permitir a la Administración disponer de la aplicación de normas, de manera que se toleren infracciones del ordenamiento jurídico en contra del interés público protegido. Ese carácter imperativo se predica sin género de dudas del artículo 43.2 de la LGCA. Si la CNMC, con sus antecedentes y actuaciones, justificase la emisión de publicidad por parte de la CRTVE, estaría derogando la LFCRTVE y el régimen de financiación de la CRTVE.

Finalmente, debe señalarse que en todo caso la LPAC no impide a la Administración el cambio de criterio seguido en actuaciones precedentes, pues su artículo 35 solo exige su motivación en estos casos, requisito que cumple la presente resolución.

Como conclusión, la emisión las campañas a que se refiere el apartado Hechos Probados por parte de la CRTVE entre diciembre de 2017 y enero de 2018 constituye la comisión de doce infracciones leves por vulneración de la prohibición contenida en el artículo 43.2 de la LGCA, pues estas campañas no cumplen los requisitos legales para ser consideradas como patrocinios culturales, sino que se trata de comunicaciones comerciales audiovisuales.

IV. Responsabilidad de la infracción

El artículo 28.1 de la LRJSP 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 las infracciones debe atribuirse a la Corporación de Radio y Televisión Española por ser el operador del servicio de comunicación audiovisual autor de los hechos infractores que se consideran probados. No ha quedado acreditada en el expediente la existencia de circunstancia alguna que exima dicha responsabilidad.

V. Cuantificación de la sanción

La emisión de comunicaciones comerciales por parte de los operadores de titularidad estatal que prestan servicios de comunicación audiovisual televisiva constituye una infracción de la prohibición contenida en el artículo 43.2 de la LGCA.

El artículo 59.2 de la LGCA tipifica como infracción leve el incumplimiento del resto de deberes y obligaciones establecidas en la propia LGCA que no estén tipificados como infracciones graves o muy graves. A su vez, el artículo 60.2 de la LGCA prevé que las infracciones leves podrán ser sancionadas con multas de hasta 100.000 euros en el caso de los servicios de comunicación audiovisual.

La propuesta de resolución proponía la imposición de doce sanciones por importe total de 729.485 euros, según el cuadro que se acompaña:

CAMPAÑA	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	Nº DE EMISIONES	TIEMPO DE EMISIÓN (en sg.)	AUDIENCIAS MEDIAS (EN MILES)	CANALES AFECTADOS	SANCIONES
BALAY	01/12/2017	11/01/2018	229	2290	311,52	La 1, La 2, 24H y Teledeporte	65.503,00
BANKIA	01/12/2017	11/01/2018	150	1500	153,56	La 1, La 2, y 24H	35.750,00
BERING	14/12/2017	31/12/2017	29	290	366,55	La 1	20.873,00
BOSCH	01/12/2017	06/01/2018	340	3400	328,82	La 1, La 2 y CLAN	85.050,00
CINFA	02/12/2017	11/01/2018	90	900	437,41	La 1	36.825,00
EL CORTE INGLÉS	02/12/2017	06/01/2018	310	3100	373,79	La 1, La 2 y CLAN	87.325,00

CAMPAÑA	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	Nº DE EMISIONES	TIEMPO DE EMISIÓN (en sg.)	AUDIENCIAS MEDIAS (EN MILES)	CANALES AFECTADOS	SANCIONES
ELIZABETH ARDEN	19/12/2017	25/12/2017	103	1030	261,46	La 1, La 2, 24H y Teledeporte	40.935,00
FORD	01/12/2017	11/01/2018	504	5040	324,12	La 1, La 2, 24H y Teledeporte	100.000,00
EL IDEALISTA	28/12/2017	05/01/2018	193	1930	322,56	La 1, La 2 y CLAN	57.740,00
ONCE	13/12/2017	31/12/2017	325	3250	266.10	La 1, La 2, 24H y Teledeporte	73.938,00
PANDORA	01/12/2017	28/12/2017	386	3860	258,31	La 1, La 2, 24H y Teledeporte	81.005,00
SIEMENS	01/12/2017	11/01/2018	101	1010	526,40	La 1	44.541,00
TOTAL SANCIONES PROPUESTAS						**729.485,00 €**	

A juicio de esta Sala, la sanción propuesta por el instructor atiende a los criterios previstos en los artículos 29 de la LRJSP y 60.2 y 4, de la LGCA. Para su cuantificación se ha tenido en cuenta el carácter continuado de las infracciones, el ámbito (estatal) de las emisiones, el número de emisiones (2.760 emisiones en total), la duración de la publicidad (27.600 segundos en total) y las audiencias medias, recogidas en el anterior cuadro.

Además, se pone de manifiesto que, por el número de emisiones y la audiencia media obtenida, la sanción por la campaña de Ford supera el límite legal máximo establecido para las sanciones leves, por lo que se reduje la sanción a 100.000 euros,

Las anteriores consideraciones descartan la desproporcionalidad de las sanciones.

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 LA CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S.A., responsable de la comisión de **doce (12) infracciones administrativas continuadas de carácter leve** por la emisión, entre diciembre de 2017 y enero de 2018, de doce campañas publicitarias que por su

naturaleza de comunicaciones comerciales audiovisuales infringen la prohibición a la que se refiere el artículo 43.2 de la LGCA.

SEGUNDO.- Imponer a LA CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S.A., doce multas por importe total y conjunto de **729.485 € (setecientos veintinueve mil cuatrocientos ochenta y cinco euros)** por los anteriores incumplimientos, según el desglose acompañado en el fundamente de derecho QUINTO de la presente resolución.

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.