

RESOLUCION POR LA QUE SE ARCHIVA LA DENUNCIA RECIBIDA POR PUBLICIDAD ENCUBIERTA CONTRA EL PROGRAMA “COMANDO ACTUALIDAD” DE CRTVE

IFPA/DTSA/016/20/CRTVE/COMANDO ACTUALIDAD

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Ángel Torres Torres

Consejeros

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D^a. Pilar Sánchez Núñez

Secretario de la Sala

D. Joaquim Hortalà i Vallvé, Secretario del Consejo

En Madrid, a 29 de julio de 2020

Vista la denuncia presentada por la Asociación para la Prevención y Estudio de Delitos, Abusos y Negligencias en Informática y Comunicaciones Avanzadas (APEDANICA) contra el canal La1 de la Corporación de Radio Televisión Española S.A (CRTVE) por la emisión de publicidad encubierta en el programa “Comando Actualidad”, la Sala de Supervisión Regulatoria adopta la siguiente resolución:

I. ANTECEDENTES Y OBJETO

El pasado 28 de abril de 2020 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) una denuncia de la asociación APEDANICA por supuesta publicidad encubierta en el programa “Comando Actualidad” en el capítulo titulado “El precio de heredar”, emitido en diversos canales de CRTVE, en concreto, la última vez, el pasado 11 de abril de 2020, en La1.

En concreto, se denuncia que se hace un publrreportaje sobre la empresa “Grupo Hereda”, en el que se elogia a un único abogado que aparece como gran experto y triunfador “comprador de herencias”, con el exitoso agradecimiento de todos sus clientes, por lo que se incurriría, en opinión del denunciante, en un supuesto de publicidad encubierta.

APEDANICA solicita la incoación de un expediente sancionador contra el operador de televisión CRTVE por infracción de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA), por entender que,

bajo la apariencia de un mero reportaje de interés informativo se esconde un publirreportaje.

En vista de lo anterior, el objeto de la presente Resolución será determinar si CRTVE con la emisión del programa denunciado, ha podido vulnerar lo dispuesto en el artículo 18.2 de la LGCA.

II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

Primero. - Habilitación competencial

De conformidad con el artículo 9 de la Ley Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, LCNMC) *“La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisará y controlará el correcto funcionamiento del mercado de comunicación audiovisual.”*

Y en los apartados cuarto y sexto se prevé que, en particular, ejercerá las funciones de:

“4. Supervisar la adecuación de los contenidos audiovisuales con el ordenamiento vigente y los códigos de autorregulación en los términos establecidos en el artículo 9 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.

6. Controlar el cumplimiento de las obligaciones, las prohibiciones y los límites al ejercicio del derecho a realizar comunicaciones comerciales audiovisuales impuestos por los artículos 13 a 18 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo”.

En los artículos 13 a 18 de la LGCA, se regula el derecho a realizar comunicaciones comerciales por parte de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, los cuales han sido desarrollados por el Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010 de 31 de marzo, General de la Comunicación audiovisual.

En consecuencia, ha de entenderse el sometimiento de los contenidos audiovisuales, tanto televisivos como radiofónicos, a lo dispuesto en la LGCA y al resto de la normativa sobre publicidad.

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

Segundo.- Régimen jurídico aplicable

La regulación actual de la publicidad, conforme a los criterios establecidos por la normativa comunitaria, ocupa una parte importante de la LGCA, concebida como un instrumento de protección del consumidor frente a la emisión de mensajes publicitarios en todas sus formas, en cuanto a tiempo y contenidos, pero también con una normativa reguladora básica para impedir abusos e interpretaciones divergentes, tales como la comunicación comercial audiovisual televisiva encubierta.

En el artículo 2.32 LGCA, se define la comunicación comercial audiovisual televisiva 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. Esta presentación se considerará intencionada, en particular, si se hace a cambio de contraprestación a favor del prestador de servicio.”

Por su parte el artículo 18.2 de la Ley LGCA prohíbe la publicidad encubierta:

“Está prohibida la comunicación comercial encubierta y la que utilice técnicas subliminales”.

En el artículo 58.8 de la LGCA se tipifica como infracción grave la emisión de comunicaciones comerciales encubiertas.

Tercero. - Actuaciones de control y supervisión realizadas

En el ejercicio de las facultades de inspección y supervisión que le atribuye a este organismo el artículo 9 de la LCNMC, los servicios técnicos de esta Comisión han analizado el programa “Comando Actualidad” emitido el pasado 11 de abril, entre las 22:58 y las 24:05 horas.

El programa “Comando Actualidad” responde a un formato que presenta un tema de actualidad a través de la mirada coral de varios reporteros callejeros. Cuatro periodistas que se desplazan hasta el lugar donde ocurren las noticias, las muestran tal y como son y aportan al tema su mirada personal.

Este programa de reportajes se emite cada jueves por la noche en La1 desde su estreno en marzo de 2008, y ha abordado todo tipo de temas que tratan de encontrar lo “extraordinario” dentro de lo “ordinario”, como la vivienda, el

consumo, el empleo, las fiestas y tradiciones populares y un retrato muy pegado a la realidad de la crisis económica.

El programa “El precio de heredar” es denunciado en relación a la presentación del trabajo que realiza un despacho concreto (“Grupo Hereda”) durante una duración aproximada de doce minutos, en el cómputo global del programa.

En este episodio objeto de denuncia se expone la problemática del Impuesto de sucesiones y donaciones, en ocasiones con regulación muy diferente en las distintas Comunidades Autónomas españolas y las diversas situaciones que llevan a las familias, por discrepancias internas o por suponer un gravamen económico excesivo, a renunciar a las herencias o desentenderse de ellas. La reportera entrevista al dueño de un despacho que se encarga de comprar o investigar el paradero de herencias, comenzándose la grabación desde su propia casa y jardín con su familia, y trasladándose después al portal de su domicilio profesional, y a su despacho, donde, asimismo, se entrevista a varios abogados empleados suyos, asistiendo incluso a reuniones con algún cliente. Finalmente, la reportera acompaña a varios equipos de los empleados a un domicilio anónimo, que forma parte de una herencia, y a conseguir pesquisas para su causa, a un cementerio.

Tras el visionado del programa denunciado esta Sala extrae las siguientes conclusiones:

- En el programa analizado se muestra la investigación llevada a cabo acerca de la temática del Impuesto de donaciones que lleva a un buen número de familias a renunciar a sus herencias, y para ilustrar esta problemática, se entrevista al Director de la empresa “Grupo Hereda”, como uno de los actores activos del sector. Por tanto, el formato elegido por el programa no es el de dar a conocer una empresa como tal, con lo que se haría una publicidad directa o indirecta de la misma, sino ilustrar los resultados de su investigación a través de entrevistas a actores del sector implicado. No obstante, hubiera sido preferible que se hubiera dado voz a representantes de otros despachos u agentes del sector de modo que se hubiera mostrado una visión más plural de la problemática expuesta.
- A raíz de la entrevista al antedicho Director, se desprende que se trata de un grupo comercial que se dedica, casi en exclusividad en el mercado, a la investigación de las herencias no aceptadas, por lo que, al no haber muchas más empresas dedicadas a esta actividad, el programa no habría podido dar voz a otros posibles competidores y mostrar así un tratamiento menos sesgado del tema, como alega la asociación reclamante.
- Es cierto que se indica, durante la entrevista, que las pesquisas que llevan a cabo los empleados de la empresa suelen obtener buenos resultados, y todos los trabajadores entrevistados indican que su empleo es muy

vocacional y motivador, pero, en ningún momento, se recomienda por parte del prestador hacer uso de los servicios de esta empresa ni se enfatizan las bondades de su buen hacer laboral o profesional. Efectivamente, de haberse recomendado de algún modo hacer uso de los servicios del despacho que se presenta, se podría haber incurrido en un supuesto de publicidad encubierta. Por lo anterior, la exhibición de los servicios y actividades profesionales de los que se informa ha de hacerse de una forma neutra, a través de una presentación lo más objetiva e imparcial posible que no lleve a confusión al telespectador.

- Aunque durante el reportaje se ven los rótulos comerciales en la entrada del centro de trabajo de la empresa (con el nombre vertical a ambos lados de la puerta), en un membrete en una de las puertas de la oficina y en una carpeta sobre una mesa, no se verbaliza el nombre del grupo empresarial, y en todo caso sus siglas, sólo se muestran en un segundo plano y de forma indirecta. Sobre la base de lo indicado, no se aprecia de forma clara el nombre de la firma comercial, y éste solo tiene una presencia muy residual en el total de tiempo (doce minutos), que dedica esta sección del programa a entrevistar al director de la empresa en cuestión.

En todo caso, para hacer una correcta presentación de los servicios que presta el despacho de abogados en cuestión, de modo que la emisión tenga un carácter divulgativo, pero sin incurrir en publicidad encubierta, al ilustrar su trabajo podría ser visible el nombre del establecimiento, si bien mostrándose éste siempre, como se ha hecho, en un segundo plano y sin locutarse verbalmente el nombre comercial del mismo, para no darle más prominencia de la meramente visual.

- Con la exposición de ejemplos reales de algunos de los clientes del “Grupo Hereda” y el relato de experiencias vividas por sus trabajadores al enfrentarse, en su día a día, a la búsqueda de los dueños de herencias no recibidas, no se está induciendo a la contratación del citado servicio. La presentación de la sección se produce en un tono informativo y divulgativo, sin apreciarse en el tratamiento de esta problemática un propósito publicitario por parte del prestador, que pudiera inducir a error en los telespectadores en cuanto a su naturaleza.

Ha de añadirse, en cualquier caso que, aunque sea inevitable hacer una promoción indirecta del establecimiento en cuestión al dar a conocer sus investigaciones o poner ejemplos de sus prácticas laborales en muchos casos exitosas, el reportaje ha de tener una presentación lo más aséptica posible, de forma que no se infiera únicamente, y de forma expresa, un objetivo promocional, sino el loable fin de dar a conocer una temática, poco conocida en nuestro país, pero que conlleva a un buen número de familias a tener problemas de tipo diverso a la hora de heredar.

Por todo lo expuesto, en virtud de las circunstancias concurrentes en el caso que nos ocupa, se considera que, en los contenidos emitidos por CRTVE en el programa “Comando Actualidad”, emitido el pasado día 11 de abril en su canal La1, no se aprecian indicios de infracción en relación con las obligaciones legales de no incurrir en publicidad encubierta, por lo que procede archivar la denuncia contra el antedicho prestador.

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

RESUELVE

Único. - Archivar la denuncia presentada por la Asociación APEDANICA en relación con el programa “Comando Actualidad” del Canal La1 del prestador de servicio de comunicación audiovisual CRTVE, al no apreciarse indicios que acrediten la vulneración de los preceptos relativos a la publicidad en la normativa audiovisual.

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