

ACUERDO POR EL QUE SE DA CONTESTACIÓN A LA CONSULTA FORMULADA POR 13TV, S.A. RELATIVA A UTILIZACIÓN DE LA PANTALLA COMPARTIDA DURANTE EL BLOQUE PUBLICITARIO

CNS/D TSA/1169/20/13TV

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

D. Joaquim Hortalà i Vallvé

En Madrid, a 12 de noviembre de 2020

La Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y Competencia (en adelante CNMC), en su reunión de 12 de noviembre de 2020 ha acordado dar la presente contestación a la consulta formulada por **13TV, S.A** (en adelante, 13TV) en relación con el uso de la pantalla compartida, para la emisión de los momentos previos al inicio de un programa, durante los bloques publicitarios.

I. ANTECEDENTES

Con fecha 1 de julio de 2020 ha tenido entrada en el Registro de la CNMC un escrito de 13 TV en el que plantea dos cuestiones relativas a la inserción de la pantalla compartida durante la emisión del bloque publicitario.

En concreto, se consulta a esta Sala si es posible incluir en un ángulo de la pantalla, durante el bloque de anuncios publicitarios (que se emite entre el final de un programa y el comienzo del programa siguiente), imágenes de los momentos previos del inicio del siguiente programa, en modo de cuenta atrás hasta su inicio, y, en el caso que fuera posible, si esta técnica publicitaria puede utilizarse también para los programas informativos.

Por lo anterior, 13TV solicita el criterio de esta Sala sobre los aspectos planteados al objeto de clarificar la correcta aplicación de la regulación relativa a las pantallas compartidas para el caso expuesto.

II. HABILITACIÓN COMPETENCIAL

De conformidad con el artículo 9 de la 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 el apartado sexto se prevé que, en particular, ejercerá la función de *“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 estos artículos se regula el derecho a realizar comunicaciones comerciales por parte de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y han sido desarrollados por el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA), en lo relativo a la comunicación comercial televisiva, aprobado por Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre (en adelante Reglamento de Publicidad).

Por lo anterior, la CNMC es el organismo competente, en cuanto autoridad reguladora, para conocer del escrito remitido por 13TV al circunscribirse el mismo al ámbito interpretativo y de aplicación de los artículos 13 a 18 de la LGCA y su normativa de desarrollo, ámbito sobre el que esta Comisión despliega sus funciones en el sector audiovisual.

En consecuencia, con lo indicado, y 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 Estatuto Orgánico de la CNMC, aprobado por Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, el órgano competente para conocer este asunto es la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

III. PLANTEAMIENTO DE LA CONSULTA Y MARCO JURÍDICO APLICABLE

El artículo 14 de la LGCA, establece en sus apartados 1º y 4º que:

«1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual ya sean servicios radiofónicos, televisivos o conexos e interactivos, tienen el derecho a emitir mensajes publicitarios. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva pueden ejercer este derecho

mediante la emisión de 12 minutos de mensajes publicitarios por hora de reloj. [...]».

«4. Los mensajes publicitarios en televisión deben respetar la integridad del programa en el que se inserta y de las unidades que lo conforman. [...]».

Según lo antedicho, el respeto a la integridad de los contenidos se predica respecto a los programas, pero no así con respecto a los mensajes publicitarios. Es decir, los principios de integridad y de separación se conciben y regulan para proteger al público de eventuales inserciones publicitarias en los programas.

13TV plantea la posibilidad de utilizar la pantalla compartida para la emisión de los minutos previos de los programas durante los bloques publicitarios. Según la LGCA, en su artículo 2.2.6º, se entiende por programa de televisión el “conjunto de imágenes en movimiento, con o sin sonido, que constituye un elemento unitario dentro del horario de programación de un canal o de un catálogo de programas”.

Por tanto, las imágenes de escenas del plató previas al inicio del programa, insertadas dentro del bloque publicitario no tendrían la consideración de programa. En efecto, se trata de imágenes en movimiento de momentos previos al inicio del siguiente programa, en modo de cuenta atrás, y por tanto no constituyen un elemento unitario dentro del horario de programación, es decir, no se trata de un programa entero.

A este respecto, el uso de la pantalla compartida en este contexto no debe llevar a error al televidente de lo que está viendo, por tanto, no deber haber dudas de que las imágenes previas emitidas no forman parte del programa y que, por tanto, el mismo todavía no ha comenzado.

En consecuencia, los principios de integridad y de separación en nada afectan al bloque publicitario, que es donde 13TV quiere insertar la pantalla compartida sin contenido editorial.

Esta Sala considera que la técnica publicitaria propuesta por 13TV podría asimismo usarse respecto al bloque publicitario previo a los programas informativos, en el cual se insertarían imágenes sin sonido de los minutos previos al inicio del programa, sin que con ello se viera afectado el principio de la separación e integridad de los programas informativos.

En base a lo anterior, se concluye que la inclusión en un ángulo de la pantalla, durante el bloque de anuncios publicitarios, de imágenes de los momentos previos al comienzo del siguiente programa, a modo de cuenta atrás hasta su inicio, puede utilizarse siempre que dichas imágenes no formen parte del programa y se limiten a transmitir los momentos previos al inicio del mismo.

Comuníquese este Acuerdo a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual y notifíquese a 13TV, S.A a los efectos oportunos.