

ACUERDO POR EL QUE SE ARCHIVA LA DENUNCIA SOBRE LA PUBLICIDAD EMITIDA EN EL CANAL DE TELEVISIÓN “CUATRO” EN EL MES DE DICIEMBRE DE 2020 POR EL PRESUNTO INCUMPLIMIENTO DE LO DISPUESTO EN LOS ARTÍCULOS 14.1 Y 13.2 (párrafo 2º) DE LA LEY 7/2010, DE 31 DE MARZO, GENERAL DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

IFPA/DTSA/006/21/CUATRO/EXCESO DE PUBLICIDAD

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 8 de abril de 2021

Vista la denuncia presentada por un particular contra **MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN S.A.** (en adelante, **MEDIASET**) por la emisión de exceso de publicidad, la Sala de Supervisión Regulatoria adopta la siguiente resolución:

I. ANTECEDENTES

I. Antecedentes y Objeto

El pasado 18 de enero de 2021 ha tenido entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) una denuncia de un particular en relación con el exceso de publicidad emitida por el canal de televisión “Cuatro” en determinados días y franjas horarias durante el mes de diciembre de 2020.

En vista de lo anterior, el objeto de la presente Resolución será determinar si MEDIASET ha podido vulnerar lo dispuesto en los artículos 14.1 sobre mensajes publicitarios, el 14.1, párrafo tercero, sobre telepromociones y el 13.2, párrafo segundo, sobre autopromociones, de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante LGCA) en relación con el derecho a realizar comunicaciones comerciales.

II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

Primero. 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 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”.

Asimismo, el artículo 9.1 de la LGCA establece que *“Cualquier persona física o jurídica puede solicitar a la autoridad audiovisual competente el control de la adecuación de los contenidos audiovisuales con el ordenamiento vigente o los códigos de autorregulación”.*

De conformidad con lo anterior, esta Sala es el órgano competente para supervisar y controlar el cumplimiento de las condiciones fijadas por la normativa en materia de comunicación comercial audiovisual, en relación con los derechos de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y su derecho a realizar comunicaciones comerciales establecidos en la LGCA.

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 mediante el Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, el órgano decisorio competente para dictar la presente resolución es la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

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

El denunciante presenta un archivo que contiene una serie de datos referidos a las franjas, días y los tipos de publicidad que ha emitido el prestador MEDIASET en su canal “Cuatro” durante el mes de diciembre de 2020, recopilando de manera exhaustiva los respectivos tiempos por hora de reloj en los que, a su juicio, hay un exceso de publicidad. En relación con estos hechos solicita que:

1. Se sancione por los excesos publicitarios de la lista que adjunta.
2. Se realicen controles periódicos para evitar estos excesos de tiempos de publicidad.
3. Se impongan sanciones de importe creciente por la reiteración de infracciones para evitar que el beneficio por el ingreso publicitario sea mayor que la sanción por incumplir la ley.

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 las franjas horarias de los días denunciados correspondientes al mes de diciembre de 2020.

Asimismo, se han revisado los informes de ocupación publicitaria, según la información proporcionada por la empresa Kantar Media, en las fechas y franjas indicadas en la denuncia, así como los tiempos emitidos en los diversos conceptos publicitarios y de los programas.

Los resultados obtenidos en esta revisión se muestran a continuación, comparando los resultados obtenidos con los datos que figuran en la denuncia:

1. Se han observado las siguientes diferencias en el tratamiento de las diferentes figuras de publicidad y su computo:
 - El informe del denunciante no recoge aquellas comunicaciones comerciales exentas de ser computadas en los límites cuantitativos, como son los patrocinios, los tres segundos del aviso legal de medicamentos, anuncios de “Cultura europea” y las exenciones de cómputo autorizadas por la CNMC por atender al interés general o tener propósitos benéficos, en otras.
 - Se han computado autopromociones, que no computan en los 12 minutos máximos por hora de reloj de las comunicaciones comerciales.
 - Se observan diferencias en el minutado de los programas (por error en el recuento de los segundos emitidos).
2. Se ha visionado la franja horaria 22:00 a 23:00 del día 2/12/2020 con los siguientes resultados:
 - En lo referente a los mensajes publicitarios según el artículo 14.1 de la LGCA, está permitida la emisión de 720 segundos (es decir, 12 minutos por hora de reloj), mientras que según el denunciante, se han emitido 779 segundos de publicidad. Sin embargo, el análisis realizado por esta Comisión arroja que se han emitido 728 segundos de publicidad, con un exceso de 8 segundos correspondientes a los fundidos que existen en las transiciones entre los anuncios o anuncios y programas y viceversa.
 - En cuanto a la autopromoción (art. 13.2, párrafo segundo de la LGCA), donde está permitida la emisión de 300 segundos por hora de reloj, el

denunciante computa la cantidad de 124 segundos. El resultado del análisis concluye que se han emitido 149 segundos.

- En lo referente a la parte de programa, el resultado del análisis efectuado es de 2.723 segundos, mientras que según los datos del denunciante sería de 2.697. Esta diferencia puede deberse a la asignación o cómputo que se ha efectuado de las diferentes figuras publicitarias y que se ha señalado en el punto anterior.

A continuación, se muestran los resultados de los análisis realizados:

Datos del denunciante del 02/12/2020 en la franja horaria 22:00 a 23:00

```

22:00 02/12/2020
22:00:00 a 22:12:50 Emisión_____ : 770 segundos ( 0 a 770 ) 0
22:12:50 a 22:13:01 Autopromoción: 11 segundos ( 770 a 781 ) 2
22:13:01 a 22:14:22 Publicidad___ : 81 segundos ( 781 a 862 ) 1
22:14:22 a 22:15:13 Autopromoción: 51 segundos ( 862 a 913 ) 2
22:15:13 a 22:20:12 Publicidad___ : 299 segundos ( 913 a 1212 ) 1
22:20:12 a 22:20:17 Autopromoción: 5 segundos ( 1212 a 1217 ) 2
22:20:17 a 22:27:55 Emisión_____ : 458 segundos ( 1217 a 1675 ) 0
22:27:55 a 22:29:36 Publicidad___ : 101 segundos ( 1675 a 1776 ) 1
22:29:36 a 22:30:12 Autopromoción: 36 segundos ( 1776 a 1812 ) 2
22:30:12 a 22:34:13 Publicidad___ : 241 segundos ( 1812 a 2053 ) 1
22:34:13 a 22:34:34 Autopromoción: 21 segundos ( 2053 a 2074 ) 2
22:34:34 a 22:35:10 Publicidad___ : 36 segundos ( 2074 a 2110 ) 1
22:35:10 a 22:55:58 Emisión_____ : 1248 segundos ( 2110 a 3358 ) 0
22:55:58 a 22:56:19 Publicidad___ : 21 segundos ( 3358 a 3379 ) 1
22:56:19 a 23:00:00 Emisión_____ : 221 segundos ( 3379 a 3600 ) 0
22:00 02/12/2020
Emisión_____ : 2697 segundos
Publicidad___ : 779 segundos
Autopromoción: 124 segundos
Telepromoción: 0 segundos

```

Resultados en la comprobación de los datos del denunciante en la misma fecha y franja horaria:

FRANJA HORARIA:						ÁMBITO:	Nacional
Hora de emisión		Mensajes publicitarios (art. 14.1)	Telepromociones (art. 14.1, párrafo 3º) * - **	Autopromociones (art. 13.2, párrafo 2º)	Programas y conceptos no computables	Formatos y Observaciones	
22:00:00	22:13:09				0:13:09	PROGRAMA "FIRST DATES"	
22:13:09	22:13:19			0:00:10		CORTINILLA (AVANCE PROGRAMACIÓN)	
22:13:19	22:14:39	0:01:20				PUBLICIDAD	
22:14:39	22:15:31			0:00:52		AUTOPROMOCIÓN	
22:15:31	22:16:56	0:01:25				PUBLICIDAD	
22:16:56	22:16:59				0:00:03	MEDICAMENTO NO COMPUTABLE	
22:16:59	22:20:14	0:03:15				PUBLICIDAD	
22:20:14	22:20:24				0:00:10	PATROCINIO NO COMPUTABLE	
22:20:24	22:20:34			0:00:10		CORTINILLA COMPUTABLE AUTOPROMOCION	
22:20:34	22:22:53				0:02:19	PROGRAMA "FIRST DATES"	
22:22:53	22:23:01			0:00:08		AUTOPROMOCIÓN SOLAPADA	
22:23:01	22:28:08				0:05:07	PROGRAMA "FIRST DATES"	
22:28:08	22:28:13				0:00:05	CORTINILLA (TIEMPO)	
22:28:13	22:29:53	0:01:40				PUBLICIDAD	
22:29:53	22:30:30			0:00:37		AVANCE PROGRAMACIÓN	
22:30:30	22:34:32	0:04:02				PUBLICIDAD	
22:34:32	22:34:53			0:00:21		AVANCES DE PROGRAMACIÓN	
22:34:53	22:35:19	0:00:26				PUBLICIDAD	
22:35:19	22:35:29				0:00:10	PATROCINIO NO COMPUTABLE	
22:35:29	22:35:33				0:00:04	PUBLICIDAD "Promoción - Puebla de Sanabria y Ferrero Rocher"	
22:35:33	22:36:40				0:01:07	PUBLICIDAD sin indicación (telepromoción FERRERO ROCHER).	
22:36:40	22:36:51			0:00:11		AVANCE PROGRAMACIÓN SOLAPADA	
22:36:51	22:56:17				0:19:26	PROGRAMA "FIRST DATES"	
22:56:17	22:56:37				0:00:20	PATROCINIOS NO COMPUTABLES	
22:56:37	23:00:00				0:03:23	PROGRAMA "EN EL PUNTO DE MIRA"	
TOTALES		0:12:08	0:00:00	0:02:29	0:45:23		
Fecha del acta:		20/01/2021					
		728		149	2723	SEGUNDOS DEL ACTA	3600
		779		124	2697	SEGUNDOS DE LA DENUNCIA	3600

3. En la documentación aportada por el denunciante se muestra una serie de franjas horarias de diversos días, donde supuestamente se da un incumplimiento muy elevado en el tiempo máximo de emisión de publicidad. Se han comprobado estas desviaciones y se ha visto que no coinciden con los informes de ocupación publicitaria ni con el análisis de esas franjas

Publicidad	720" POR HORA		Autopromoción	300" POR HORA		Telepromoción	180" POR HORA		OTROS			TOTAL	
	Tiempo	KANTAR		Tiempo	KANTAR		Tiempo	N/C	Hora	Fecha	DENUN.	KANTAR	
Publicidad:	787	715	Autopromoción	95	120	Telepromoción	0	0	52	16:00	01/12/2020	882	887
Publicidad:	749	710	Autopromoción	135	99	Telepromoción	0	0	23	17:00	01/12/2020	884	832
Publicidad:	787	719	Autopromoción	114	78	Telepromoción	0	0	72	16:00	02/12/2020	901	869
Publicidad:	779	720	Autopromoción	124	146	Telepromoción	0	0	43	22:00	02/12/2020	903	909
Publicidad:	738	675	Autopromoción	136	156	Telepromoción	0	0	46	17:00	02/12/2020	874	877
Publicidad:	777	720	Autopromoción	72	59	Telepromoción	0	0	39	20:00	03/12/2020	849	818
Publicidad:	774	710	Autopromoción	107	118	Telepromoción	0	0	50	21:00	03/12/2020	881	878
Publicidad:	736	709	Autopromoción	152	153	Telepromoción	0	0	33	22:00	03/12/2020	888	895
Publicidad:	731	695	Autopromoción	134	158	Telepromoción	0	0	20	17:00	03/12/2020	865	873
Publicidad:	723	680	Autopromoción	115	91	Telepromoción	138	140	54	16:00	03/12/2020	976	965
Publicidad:	800	720	Autopromoción	88	127	Telepromoción	0	0	59	16:00	04/12/2020	888	906
Publicidad:	776	720	Autopromoción	86	87	Telepromoción	0	0	3	22:00	04/12/2020	862	810
Publicidad:	760	710	Autopromoción	114	127	Telepromoción	0	0	36	20:00	04/12/2020	874	873
Publicidad:	756	720	Autopromoción	73	109	Telepromoción	0	0	20	21:00	04/12/2020	829	849
Publicidad:	756	720	Autopromoción	138	148	Telepromoción	0	0	20	17:00	04/12/2020	894	888
Publicidad:	756	715	Autopromoción	106	121	Telepromoción	0	0	30	22:00	05/12/2020	862	866
Publicidad:	730	675	Autopromoción	87	138	Telepromoción	0	0	10	16:00	05/12/2020	817	823
Publicidad:	800	715	Autopromoción	204	195	Telepromoción	0	0	42	21:00	06/12/2020	1004	952
Publicidad:	782	715	Autopromoción	119	157	Telepromoción	0	0	49	19:00	06/12/2020	901	921
Publicidad:	777	720	Autopromoción	119	138	Telepromoción	0	0	43	16:00	06/12/2020	896	901

horarias. A título de ejemplo pueden verse los cuadros comparativos siguientes:

21/1/2021

Datos de Audiencia

Actualizar Usuario: mtt - Fecha Actual: 21/01/21
Distribución del tiempo de emisión
12 20 Disponible desde 01:04 hasta 01:21.

Ocupación publicitaria

Cadena: **CUATRO**, Ámbito: Península y Baleares
Fecha: 06/12/20, Bloque: 21:00-22:00

	Total	Emis.	antop. prog.	antop. prod.	Com.	Telepr. 120"	Promo. 120"	Patr. NC.	Prog. ventas	Progs.	Otros
Sin solapar	01:00:00	01:00:00	03:07	00:00	11:55		00:00	00:42	00:00	44:16	00:00
Solapada			00:08	00:00	00:00	00:00		00:00			

H.Inicio H. Fin	Tip Programa/Campaña	Contenido/Sector	Dura ción	P/B 1	P/B 2	P/B 3	Género/ Invers. Clase	Cpto.	Ámbito de emisión
20:58:37 21:00:16 P	DEPORTES CUATRO 2		039				INFORM.		GENERAL
21:09:16 21:09:26 A	ING/CUENTA NOMINA	FINANZAS Y SEGUROS	10	01/01	01/22	01/19	CART. PNC	350	8° GENERAL
21:09:26 21:09:56 A	REPSOL	ENERGIA	30	01/03	02/22	02/19	SPOT	750	12° GENERAL
21:09:56 21:10:16 A	SUCHARD/TURRON CHOCOL	ALIMENTACION	20	02/03	03/22	03/19	SPOT	500	12° GENERAL
21:10:16 21:11:03 A	VODAFONE/PACK TV	TELECOMUNICAC. E INTERNET	47	03/03	04/22	04/19	SPOT	1125	12° GENERAL
21:11:03 21:11:53 A	AUTOPROMOCION	MEDIASET ESPAÑA, UN. DICIE					CONTIN.		5° GENERAL
21:11:53 21:12:03 A	KENTUCKY FRIED CHICKE	DISTRIBUC. Y RESTAURACION	10	01/12	06/22	05/19	SPOT	350	12° GENERAL
21:12:03 21:12:13 A	HS/CHAMU ANTICASPA	BELLEZA E HIGIENE	10	02/12	07/22	06/19	SPOT	350	12° GENERAL
21:12:13 21:12:23 A	ZALANDO.ES	DISTRIBUC. Y RESTAURACION	10	03/12	08/22	07/19	SPOT	350	12° GENERAL
21:12:23 21:12:48 A	ARTEL/3 RH 1 PODS ULT	LIMPIEZA	25	04/12	09/22	08/19	SPOT	625	12° GENERAL
21:12:48 21:13:08 A	BMW/SERIE 1	AUTOMOCION	20	05/12	10/22	09/19	SPOT	500	12° GENERAL
21:13:08 21:13:28 A	NESCAFE/DOLCE GUSTO	ALIMENTACION	20	05/12	11/22	10/19	SPOT	500	12° GENERAL
21:13:28 21:13:48 A	JAGUAR/E-PACE-(RENTIN	AUTOMOCION	20	07/12	12/22	11/19	SPOT	500	12° GENERAL
21:13:48 21:14:08 A	GLOVO/GLOVO PRIME/SER	E. OPTIC./COMERCIO	20	08/12	13/22	12/19	SPOT	500	12° GENERAL
21:14:08 21:14:18 A	PANDORA/DOVAS	OBJETOS PERSONALES	10	09/12	14/22	13/19	SPOT	350	12° GENERAL
21:14:18 21:14:43 A	INSTITUTO ESPAÑOL/ATR	BELLEZA E HIGIENE	25	10/12	15/22	14/19	SPOT	625	12° GENERAL
21:14:43 21:15:03 A	MAPPRE/PLANES DE PENS	FINANZAS Y SEGUROS	20	11/12	16/22	15/19	SPOT	500	12° GENERAL
21:15:03 21:15:13 A	LACER/GINGI/HIGIENE B	BELLEZA E HIGIENE	10	12/12	17/22	16/19	SPOT	350	12° GENERAL
21:15:13 21:15:44 P	FELICITACION NAVIDAD		31				OTROS		GENERAL
21:15:44 21:16:09 P	AUTOPROMOCION	MITELE PLUS-SOLA	25				CONTIN.		5° GENERAL
21:16:09 21:16:54 A	ONCE/GRUPO SOCIAL	SERV. PUBLICOS Y PRIVADOS	05	01/02	20/22	17/19	SPOT	1125	12° GENERAL
21:16:54 21:17:14 A	KINDER/SCHOCO-BOIS	ALIMENTACION	20	02/02	21/22	18/19	SPOT	500	12° GENERAL
21:17:14 21:17:25 A	RAMON SIBLBO/BODEGAS	BEBIDAS	11	01/01	22/22	19/19	CART. PNC	275	8° GENERAL
21:17:25 21:22:18 P	EL TIEMPO 2		293				INFORM.		GENERAL
21:22:18 21:22:29 A	RAMON SIBLBO/BODEGAS	BEBIDAS	11	01/01	01/27	01/23	CART. PNC	275	8° GENERAL
21:22:29 21:22:59 A	MONSTAR4/TELEVISION	CULT., ENSEÑAN. Y MED.COMUN	09	01/02	03/27	02/23	SPOT	750	12° GENERAL
21:22:59 21:23:19 A	RACE	AUTOMOCION	20	02/02	03/27	03/23	SPOT	500	12° GENERAL
21:23:19 21:23:44 P	AVANCE PROGRAMACION	LOS GTPSY KINGS	23				CONTIN.		5° GENERAL
21:23:44 21:24:10 P	AVANCE PROGRAMACION	EL CONCURSO DEL AÑO	26				CONTIN.		5° GENERAL
21:24:10 21:24:30 A	BURGER KING/SERVICIO	DISTRIBUC. Y RESTAURACION	20	01/18	06/27	04/23	SPOT	500	12° GENERAL
21:24:30 21:24:40 A	MAPPRE/PLANES DE PENS	FINANZAS Y SEGUROS	10	02/18	07/27	05/23	SPOT	350	12° GENERAL
21:24:40 21:24:50 A	KENTUCKY FRIED CHICKE	DISTRIBUC. Y RESTAURACION	10	03/18	08/27	06/23	SPOT	350	12° GENERAL
21:24:50 21:25:00 A	DEL MONTE/PITIA GOLD	ALIMENTACION	10	04/18	09/27	07/23	SPOT	350	12° GENERAL
21:25:00 21:25:10 A	ME DONALD'S	DISTRIBUC. Y RESTAURACION	10	05/18	10/27	08/23	SPOT	350	12° GENERAL
21:25:10 21:25:20 A	ENSURE NUTRIVIGOR/COM	SALUD	10	06/18	11/27	09/23	SPOT	500	12° GENERAL
21:25:20 21:25:50 A	LANCOME/LA VIE EST BE	BELLEZA E HIGIENE	30	07/18	12/27	10/23	SPOT	500	12° GENERAL
21:25:50 21:26:10 A	PESCANOVA/RODOLFOS/LA	ALIMENTACION	20	08/18	13/27	11/23	SPOT	500	12° GENERAL
21:26:10 21:26:30 A	NESCAFE/DOLCE GUSTO	ALIMENTACION	20	09/18	14/27	12/23	SPOT	500	12° GENERAL
21:26:30 21:26:50 A	IKKA/TIQUILES Y DECO	DISTRIBUC. Y RESTAURACION	20	10/18	15/27	13/23	SPOT	500	12° GENERAL
21:26:50 21:27:10 A	JAGUAR/E-PACE-(RENTIN	AUTOMOCION	20	11/18	16/27	14/23	SPOT	500	12° GENERAL
21:27:10 21:27:20 A	LACER/GINGI/HIGIENE B	BELLEZA E HIGIENE	10	12/18	17/27	15/23	SPOT	350	12° GENERAL
21:27:20 21:27:35 A	NESTLE/FITNESS	ALIMENTACION	15	13/18	18/27	16/23	SPOT	450	12° GENERAL
21:27:35 21:27:55 A	L'OREAL/REXTALIFT FI	BELLEZA E HIGIENE	20	14/18	19/27	17/23	SPOT	500	12° GENERAL
21:27:55 21:28:15 A	PANDORA/DOVAS	OBJETOS PERSONALES	20	15/18	20/27	18/23	SPOT	500	12° GENERAL
21:28:15 21:28:25 A	VIVUS.ES	FINANZAS Y SEGUROS	10	16/18	21/27	19/23	SPOT	350	12° GENERAL
21:28:25 21:28:35 A	TOUS/DOVAS	OBJETOS PERSONALES	10	17/18	22/27	20/23	SPOT	350	12° GENERAL
21:28:35 21:28:55 A	IBERDROLA	ENERGIA	20	18/18	23/27	21/23	SPOT	500	12° GENERAL
21:28:55 21:29:28 P	AVANCE PROGRAMACION	CUARTO MILENIO	33				CONTIN.		5° GENERAL
21:29:28 21:29:54 P	AVANCE PROGRAMACION	HOME CINEMA:EL HOBBIT:LA	26				CONTIN.		5° GENERAL
21:29:54 21:30:14 A	SAMSUNG/GALAXY/GAMA	TELECOMUNICAC. E INTERNET	20	01/01	26/27	22/23	SPOT	500	12° GENERAL
21:30:14 21:30:24 A	ING/CUENTA NOMINA	FINANZAS Y SEGUROS	10	01/01	27/27	23/23	CART. PNC	350	8° GENERAL
21:30:24 24:00:00 P	CUARTO MILENIO		8976				MISCELAN.		GENERAL
21:55:46 21:55:54 S	AVANCE PROGRAMACION 5	HOME CINEMA:EL HOBBIT:LA	8				Contin.		5° GENERAL

TOTAL 715 SEGUNDOS

[Informe Diario de Emisión de Programas y Anuncios](#)
[Nota Técnica](#)

[Menú Principal](#) · [Nuevos datos de ocupación publicitaria y contenidos de emisión](#) · [Transmisión Ficheros](#)

A la vista de la denuncia presentada, es pertinente remitirse las siguientes definiciones contenidas en el artículo 2 de la LGCA:

“6. Programas audiovisuales.

a) Programa de televisión: 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. En todo caso son programas de televisión: los largometrajes, las manifestaciones

deportivas, las series, los documentales, los programas infantiles y las obras de teatro originales, así como las retransmisiones en directo de eventos, culturales o de cualquier otro tipo.”

“25. Mensaje publicitario.

Toda forma de mensaje de una empresa pública o privada o de una persona física en relación con su actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con objeto de promocionar el suministro de bienes o prestación de servicios, incluidos bienes inmuebles, derechos y obligaciones.”

“27. Telepromoción.

La comunicación comercial audiovisual en la que el presentador o cualquiera de los protagonistas del programa, utilizando el escenario, la ambientación y el atrezzo del programa, exponen por un tiempo claramente superior a la duración de un mensaje publicitario las características de un bien o servicio, de manera que el mensaje no puede ser emitido de manera independiente al programa correspondiente.”

“28. Autopromoción.

La comunicación audiovisual que informa sobre la programación del prestador del servicio, sobre programas o paquetes de programación determinados o sobre los productos accesorios derivados directamente de ellos.

“

Asimismo, ha de tenerse en cuenta lo que dispone el artículo 13 de la LGCA en relación con las autopromociones, y el artículo 14 respecto a los límites cuantitativos a las comunicaciones comerciales.

“Artículo 13. El derecho a crear canales de comunicación comercial y programas o anuncios de autopromoción.

[...]

2. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a emitir programas que informen sobre su programación o anuncios de sus propios programas y los productos accesorios derivados directamente de dichos programas.

Estos programas y anuncios no se considerarán comunicación comercial a los efectos de esta Ley. No obstante, para la comunicación audiovisual televisiva, el tiempo dedicado a los anuncios publicitarios sobre sus propios programas y productos no podrá superar los 5 minutos por hora de reloj y sus contenidos estarán sujetos a las obligaciones y prohibiciones establecidas con carácter general para la publicidad comercial.”

“Artículo 14. El derecho a emitir mensajes publicitarios.

- 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. Los servicios radiofónicos, conexos e interactivos, tienen el derecho a emitir mensajes publicitarios libremente.

Para el cómputo de esos 12 minutos se tendrá sólo en cuenta el conjunto de los mensajes publicitarios y la televenta, excluyéndose el patrocinio y el emplazamiento. También se excluirá del cómputo la telepromoción cuando el mensaje individual de la telepromoción tenga una duración claramente superior a la de un mensaje publicitario y el conjunto de telepromociones no supere los 36 minutos al día, ni los 3 minutos por hora de reloj.

[...]

- 3. En la emisión de publireportajes, telepromociones y, en general, de aquellas formas de publicidad distintas de los anuncios televisivos que, por las características de su emisión, podrían confundir al espectador sobre su carácter publicitario, deberá superponerse, permanentemente y de forma claramente legible, una transparencia con la indicación «publicidad».*

En consecuencia, una vez comprobada la publicidad emitida por el canal “Cuatro” del prestador MEDIASET en diversas franjas horarias de los días indicados por el denunciante, no se aprecian excesos de publicidad que impliquen un incumplimiento de los artículos 13 y 14 de la LGCA.

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

ACUERDA

ÚNICO. - Archivar la denuncia presentada contra **MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN S.A** por no encontrar elementos de juicio suficientes que justifiquen el inicio de un procedimiento sancionador.

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