

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ARCHIVA LA DENUNCIA RECIBIDA POR PUBLICIDAD ENCUBIERTA CONTRA EL PROGRAMA “SÁLVAME TOMATE” DE TELECINCO

IFPA/DTSA/003/21/MEDIASET/SÁLVAME TOMATE

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 22 de abril de 2021

Vista la denuncia presentada por un particular contra el canal Telecinco de Mediaset España Comunicación, S.A (en adelante, MEDIASET) por la emisión de publicidad encubierta en el programa “Sálvame Tomate”, la Sala de Supervisión Regulatoria adopta la siguiente resolución:

I. ANTECEDENTES Y OBJETO

El pasado 17 de febrero de 2021 tuvo entrada en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) una denuncia de un particular contra el programa “Sálvame Tomate” en concreto, el programa emitido el pasado 15 de febrero de 2021 en Telecinco entre las 20:03:21 y las 21:06:05 horas.

En particular, se denuncia que *“es habitual que el presentador Jorge Javier Vázquez, publicite una obra de teatro en la que participa, sin que se advierte el carácter publicitario.”*

En vista de lo anterior, el objeto de la presente Resolución será determinar si MEDIASET 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 “Sálvame Tomate” emitido el pasado 15 de febrero entre las 20:03:21 y las 21:06:05 horas.

“Sálvame” es un programa de televisión dedicado a la prensa del corazón emitido en Telecinco desde el 27 de abril de 2009. El formato se divide en “Sálvame limón” (16:00-17:00 horas), con libertad para emitir ciertos contenidos, al presentar una calificación de “no recomendado para menores de 12 años”, “Sálvame naranja” (17:00-20:00 horas) con más restricciones debido a que se desarrolla durante el horario de especial protección para la infancia y presenta la calificación de “no recomendada para menores de 7 años” y Sálvame Tomate (20:00-21:00 horas) sin dichas limitaciones.

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

- En un momento del programa cuando el presentador habla con uno de los invitados del programa le pregunta entre otras cosas dónde vive y el invitado contesta que es de Córdoba por lo que el presentador añade: “ah

qué bonita Córdoba, la llana, voy a ir en mayo con mi función, al Gran Teatro de Córdoba...”

- El denunciante señala que esta alusión relativa a la visita del presentador a la ciudad de Córdoba con motivo de la representación de su obra de teatro podría constituir un hecho subsumible dentro de la categoría de publicidad encubierta.
- Cabe señalar que el presentador de forma espontánea, sin que la conversación hubiera sido planificada o afecte la línea editorial del programa responde al invitado con una alusión a su próxima visita a esta ciudad con motivo de la representación de su función teatral. El comentario del presentador encaja de forma natural en la conversación con el invitado por lo que no se aprecia una intencionalidad o un propósito publicitario por parte del presentador. En definitiva, para que pudiéramos hablar de un caso de publicidad encubierta debería apreciarse una carga supletoria promocional capaz de generar confusión o error al telespectador sobre la verdadera naturaleza de lo que está viendo y que afectase a la línea editorial del programa. Asimismo, tampoco en la escena analizada se detectan expresiones que interpeleen a la adquisición o compra de entradas para la obra de teatro, expresiones tales como: *“Les va a encantar”, “No se arrepentirán” o “Les animamos a vivir una experiencia inolvidable de la mano de...” o “pueden comprar las entradas en...”*.

Por todo lo expuesto, en virtud de las circunstancias concurrentes en el caso que nos ocupa, se considera que, en los contenidos emitidos por MEDIASET en el programa “Sálvame Tomate”, emitido el pasado día 15 de febrero de 2021 en su canal Telecinco, no se aprecian indicios de infracción en relación con la prohibición de 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 un particular en relación con el programa “Sálvame Tomate” del canal Telecinco del prestador de servicio de comunicación audiovisual MEDIASET, 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.