

RESOLUCIÓN DEL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR, INCOADO A MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S. A., POR LA VULNERACIÓN DE LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 14.2 Y 14.4, PÁRRAFO 1.º, DE LA LEY 7/2010, DE 31 DE MARZO, GENERAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.

Expediente: SNC/DTSA/408/14/MEDIASET II

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA DE LA CNMC

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Eduardo García Matilla
D. Josep María Guinart Solá
D^a. Clotilde de la Higuera González
D. Diego Rodríguez Rodríguez

Secretario de la Sala

D. Tomás Suárez-Inclán González, Secretario del Consejo

En Madrid, a 9 de septiembre de 2014

Vistos el Acuerdo de iniciación del procedimiento sancionador, la Propuesta de resolución, formulada por la instrucción y el resto de actuaciones practicadas en el expediente sancionador de referencia, la SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA adopta la siguiente

RESOLUCIÓN

I

ANTECEDENTES DE HECHO

Primero.- En el ámbito de sus competencias, la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual ha constatado, según se desprende de los documentos que obran en las actuaciones previas practicadas, que **MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S. A.**, en sus canales de televisión **CUATRO** y **ENERGY**, en las emisiones de los programas: “DEPORTES CUATRO”, de los días 20 y 27 de enero y 3 y 10 de febrero, de 2014; y “TIKI

TAKA EXPRESS/TIKI TAKA”, en CUATRO, de los días 4, 11 y 18 de febrero de 2014, y en ENERGY, de los días 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 18 Y 19 de febrero de 2014, insertó dos campañas publicitarias, MAZDA y REANULT VEHÍCULO INDUSTRIAL, sin interrumpir los programas.

Segundo.- Con fecha 11 de marzo de 2014, y a la vista de estos antecedentes, esta Sala acordó la incoación del procedimiento sancionador SNC/DTSA/408/14/MEDIASET II, al entender que MEDIASET, por las emisiones de sus canales CUATRO Y ENERGY, había podido infringir lo dispuesto en el artículo 14, párrafos 2 y 4, de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual (en adelante LGCA), al haber insertado durante la emisión de estos programas dos campañas publicitarias, sin interrumpir los programas y sin respetar el principio de separación entre publicidad y programación, afectando a la integridad del programa.

Tercero.- El 14 de marzo fue notificado el acuerdo de incoación al interesado, concediéndole un plazo de quince días para la presentación de alegaciones, documentos e informaciones y proponer pruebas, en su caso.

Cuarto.- El día 1 de abril de 2014, D.^a Mónica Martínez Marqués, en representación de MEDIASET, solicitó copia de la documentación obrante en el expediente. La instructora, mediante escrito de 3 de abril, le proporcionó las copias de la documentación de visionado y le concedió una ampliación de plazo por tiempo máximo de siete días desde la notificación, para presentar alegaciones.

Quinto.- MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S. A., presentó escrito de alegaciones el 8 de abril de 2014, en el que, sucintamente, manifiesta:

- Que las inserciones publicitarias no infringen la Ley, al tratarse de dos programas deportivos de entretenimiento, sin carácter informativo.
- Que las inserciones respetan la integridad del programa e incluyen la sobreimpresión “publicidad” en la parte superior izquierda de la pantalla.

Sexto.- Por la instrucción del procedimiento se formuló Propuesta de resolución el 29 de mayo de 2014, comunicada el 3 de junio, en la que se proponía la imposición de dos sanciones, por importe total de 366.047,00 €, a MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S. A., por la comisión de dos infracciones administrativas continuadas de carácter grave al haber insertado 4 rodillos publicitarios del MAZDA 3 durante la emisión de cuatro programas de “DEPORTES CUATRO” y 21 cartones publicitarios de los vehículos comerciales de RENAULT durante la emisión de trece programas de “TIKI TAKA EXPRESS/TIKI TAKA”, emitidos entre el 20 de enero y la madrugada del 19 de febrero de 2014, sin interrumpir los programas y mezclando los contenidos editoriales con los publicitarios, fuera de los casos expresamente admitidos en la Ley, lo que infringe lo dispuesto en el art. 14.2 y 4, párrafo 1.º, de la LGCA.

Séptimo.- Por el prestador del servicio de comunicación audiovisual se presentó escrito de alegaciones de 18 de junio de 2014, con entrada en el registro de la CNMC el 20 de junio, en el que reitera las alegaciones ya expuestas con anterioridad, afirma que se le han

computado 10 segundos de más en la suma total de las inserciones publicitarias imputadas, que la participación de MEDIASET en la comisión de los ilícitos presuntamente cometidos ha sido nula y que las sanciones propuestas son totalmente desproporcionadas, no sólo porque se han valorado los diez segundos de más, sino también porque, en su cálculo, no se ha tenido en cuenta el valor real de los ingresos producidos por la publicidad. A fin de justificar los ingresos, acompaña una certificación del Director General de Marketing y Servicio de Ventas de PUBLIESPAÑA, con los ingresos publicitarios ingresados por las sobreimpresiones de MAZDA y RENAULT.

A los anteriores hechos le son de aplicación los siguientes:

II

FUNDAMENTOS DE DERECHO

PRIMERO.- Habilitación competencial de la Comisión para resolver el presente procedimiento sancionador y legislación aplicable.

El artículo 29.1 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en lo sucesivo, LCNMC), señala que la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, 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, siendo competente 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.

Junto a las normas ya citadas, son de aplicación al presente procedimientos, la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común y el Reglamento del procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora, aprobado por el Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto.

SEGUNDO.- Objeto del procedimiento sancionador.

Consiste en determinar si MEDIASET infringió el régimen contenido en el art. 14, apartados 2 y 4, de la LGCA, con la emisión de las transparencias publicitarias durante los programas especificados. Por su parte, el prestador no niega la naturaleza publicitaria de las transparencias, ni que éstas se emitieran al tiempo que se desarrollaban los programas.

El artículo 14 de la LGCA, que regula el derecho de los prestadores del servicio de televisión a emitir mensajes publicitarios, preceptúa en sus números dos y cuatro:

"2. *Tanto los mensajes publicitarios en televisión como la televenta deben estar claramente diferenciados de los programas mediante mecanismos acústicos y ópticos según los criterios generales establecidos por la autoridad audiovisual competente. El nivel sonoro de los mensajes publicitarios no puede ser superior al nivel medio del programa anterior.*

(...)

"4. *Los mensajes publicitarios en televisión deben respetar la integridad del programa en el que se inserta y de las unidades que lo conforman.*

"La transmisión de películas para la televisión (con exclusión de las series, los seriales y los documentales), largometrajes y programas informativos televisivos podrá ser interrumpida una vez por cada periodo previsto de treinta minutos. En el caso de los programas infantiles, la interrupción es posible una vez por cada periodo ininterrumpido previsto de treinta minutos, si el programa dura más de treinta minutos.

"Las retransmisiones de acontecimientos deportivos por televisión únicamente podrán ser interrumpidas por mensajes de publicidad aislados cuando el acontecimiento se encuentre detenido. En dichas retransmisiones, dispongan o no de partes autónomas, se podrán insertar mensajes publicitarios siempre que permitan seguir el desarrollo del acontecimiento. (...)"

La LGCA consagra el principio de separación entre contenidos televisivos y la publicidad, primero, como un derecho del telespectador (art. 6.5): *"Todas las personas tienen derecho a que la comunicación comercial esté claramente diferenciada del resto de contenidos audiovisuales, en los términos previstos por la normativa vigente"*; y, segundo, como una imposición a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual dentro del derecho a realizar comunicaciones comerciales (art.13.1, párrafo 2.º): *"La publicidad televisiva y la televenta deberán ser fácilmente identificables como tales y distinguirse del contenido editorial"*.

Se trata de un principio claro que justifica, por ejemplo, la prohibición de la publicidad encubierta, y que frente al legítimo interés de los anunciantes y operadores de televisión por lograr la máxima audiencia para sus mensajes, coloca el interés superior de los telespectadores a distinguir clara y fácilmente cuándo están siendo objeto de persuasión.

Conforme a este principio, las emisiones televisivas deben realizarse separando los contenidos publicitarios del contenido editorial; no obstante, la LGCA no establece ese principio con carácter absoluto, al regular unas excepciones en el artículo 14: el emplazamiento de producto (art. 14.1, párrafo 3.º), que consiste en la inserción de un producto o marca dentro de la narrativa del programa, en las condiciones establecidas en el art. 17 de la propia Ley y, desde el 23 de febrero de 2014, en el art. 14 del Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010; y la inserción de mensajes publicitarios que permiten seguir el desarrollo del

acontecimiento deportivo retransmitido, mencionados en el art. 14.4, párrafo 3.º, de la LGCA y desarrollados en el actual art. 16 del Real Decreto 1624/2011 (art. 15 antes del 23 de febrero de 2014), en el que se mencionan las transparencias, las sobreimpresiones, la publicidad virtual y la pantalla compartida, que no interrumpen la retransmisión del acontecimiento deportivo, en las condiciones establecidas.

TERCERO.- Hechos probados y tipificación de los mismos.

3.1 Hechos probados.

En la documentación de visionado que se puso a disposición del prestador del servicio se describen las campañas publicitarias del nuevo Mazda 3 (hasta el 10 de febrero de 2014) y de la gama Renault vehículos comerciales (hasta el 19 de enero), que emitió en sus canales CUATRO y ENERGY, cuando se desarrollaban diversos programas de “DEPORTES CUATRO” y “TIKI TAKA EXPRESS/TIKI TAKA” que, según consta y tras posteriores comprobaciones, son:

Campaña	Programa	Canal	Fecha	Hora de Inicio	Duración (Seg.)
MAZDA/3	DEPORTES CUATRO	CUATRO	20/01/2014	15:34:47	5
MAZDA/3	DEPORTES CUATRO	CUATRO	27/01/2014	15:44:10	5
MAZDA/3	DEPORTES CUATRO	CUATRO	03/02/2014	15:37:03	5
MAZDA/3	DEPORTES CUATRO	CUATRO	10/02/2014	15:30:51	5
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	CUATRO	03/02/2014	26:14:46	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	CUATRO	03/02/2014	24:47:30	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	CUATRO	10/02/2014	25:07:16	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	CUATRO	10/02/2014	25:37:07	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	CUATRO	17/02/2014	24:47:51	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	CUATRO	17/02/2014	24:19:22	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	ENERGY	04/02/2014	24:19:46	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	ENERGY	05/02/2014	24:49:21	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	ENERGY	05/02/2014	25:22:48	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	ENERGY	06/02/2014	25:28:05	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	ENERGY	06/02/2014	24:14:55	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	ENERGY	08/02/2014	25:17:58	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	ENERGY	09/02/2014	24:03:06	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	ENERGY	11/02/2014	25:49:16	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	ENERGY	13/02/2014	25:02:22	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	ENERGY	13/02/2014	24:01:05	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	ENERGY	15/02/2014	24:52:54	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	ENERGY	15/02/2014	24:34:45	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	ENERGY	16/02/2014	24:23:38	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	ENERGY	18/02/2014	24:46:48	10
RENAULT/VEHIC.COMERCI	TIKI TAKA	ENERGY	18/02/2014	24:09:25	10

Estas inserciones publicitarias consistieron, en el caso de MAZDA 3, en sobreimpresiones o transparencias con textos escritos e imágenes del producto mientras se produce la emisión del programa “DEPORTES CUATRO I”: durante unos segundos el coche recorre la parte inferior de la pantalla dejando un cartel visible “NUEVO MAZDA 3”, en este tiempo la transparencia con la palabra “publicidad” aparece en la parte superior izquierda de la pantalla; y, en el caso de la “gama Renault vehículos comerciales”, mientras se desarrolla el programa la cámara muestra el plató con los contertulios hablando y se inserta un cartel cuadrado que ocupa casi la totalidad de la pantalla, van apareciendo de uno en uno los tres vehículos comerciales con el precio debajo y a continuación se modifican las letras superiores del cartel, todo esto con la transparencia de “publicidad” en la parte superior izquierda de la pantalla, ocurriendo durante unos segundos mientras se oyen las voces de los contertulios que continúan con sus debates.

Cada una de las veinticinco inserciones publicitarias puede constituir una infracción a lo dispuesto en el artículo 14, números 2 y 4, de la LGCA, teniendo la consideración de graves a tenor de lo dispuesto en el número 7 del art. 58 de la misma Ley y, de conformidad con su art. 60.2, dichas infracciones pueden ser sancionadas con multa desde 100.001,00 euros hasta 500.000,00 euros.

Se ha unido al expediente copia en CD de las grabaciones de las 25 inserciones publicitarias; cada grabación contiene impresionada la hora de emisión y está incluida en un archivo en cuyo nombre consta el producto anunciado y la fecha de emisión.

3.2 Análisis de las alegaciones de la imputada en relación con los hechos declarados probados:

Según alega el prestador del servicio, no se ha infringido lo establecido en el art. 14, números 2 y 4, de la LGCA porque las inserciones publicitarias se realizaron en dos programas de entretenimiento de contenido deportivo y no eran informativos. No cabe admitir esta alegación, pues, con independencia de la tipología del programa, hecho éste no controvertido en el procedimiento, ni el rodillo de la publicidad del MAZDA 3 ni el cartón que tapa gran parte del centro de la pantalla de los vehículos de RENAULT pueden ser considerados formas de publicidad admitidas en la LGCA ni contempladas en su reglamento de desarrollo, máxime cuando ninguno de los programas difundía la retransmisión de un acontecimiento deportivo, aunque se trate de programas que informan y discuten sobre ellos.

Tampoco puede admitirse que las inserciones respetaran la integridad y las unidades que conforman los dos programas, al haberse emitido sin interrumpir los programas solapándose, en uno de ellos, con las imágenes y sonido del programa y, en el otro, impidiendo la visión del programa mientras se seguía desarrollando su línea argumental verbalmente. Por último, la inserción de la transparencia de “publicidad” durante la emisión de las publicidades, en nada afecta, pues no se trataba de publirreportajes ni de telepromociones, ni tampoco podían confundir al telespectador sobre su naturaleza publicitaria, al resultar patente ésta.

Se ha comprobado la duración de las transparencias publicitarias con las grabaciones unidas al expediente y se han modificado los tiempos de emisión y, conforme a la certificación que adjunta el prestador con su último escrito de alegaciones, también se han modificado las tarifas publicitarias para el cálculo de las sanciones.

En definitiva, la Ley no admite la confusión de publicidad y programación que realizó MEDIASET con la emisión de la publicidad de MAZDA y de RENAULT durante el transcurso de los programas DEPORTES CUATRO y el TIKI TAKA EXPRESS/TIKI TAKA. Esta actividad infringe lo dispuesto en los números 2 y 4 del art. 14 de la Ley, al no respetar la integridad de los programas en los que se emitieron y haberse emitido sin estar claramente diferenciados de los programas mediante mecanismos acústicos y ópticos, por haberse emitido durante los programas, sin interrumpirlos previamente, tapando las imágenes de los programas con las inserciones y manteniendo el sonido del programa.

3.3 Tipificación de los hechos probados.

El bien jurídico que trata de proteger el art. 14, apartados 2 y 4, párrafo 1.º, de la LGCA, no es otro que la búsqueda de un equilibrio entre los intereses financieros de los organismos de radiodifusión televisiva y de los anunciantes de un lado, y los intereses de los telespectadores, de otro lado, con especial incidencia en la protección de estos últimos, en cuanto consumidores, contra una publicidad excesiva; y dado que no existe ninguna causa que justifique la inserción de las transparencias publicitarias antes referidas o que exonere al operador de su responsabilidad administrativa, se considera que el prestador del servicio de televisión MEDIASET ha incurrido plenamente en la contravención a lo dispuesto en dicho artículo, por haber insertado veinticinco transparencias publicitarias durante la emisión de diecisiete programas: cuatro de “DEPORTES CUATRO I”, tres de “TIKI TAKA EXPRESS/TIKI TAKA”, emitidos en el canal CUATRO y diez de “TIKI TAKA EXPRESS/TIKI TAKA”, emitidos en el canal ENERGY.

En relación a las 25 presentaciones publicitarias, aunque las emisiones son independientes, se debieron a un mismo plan preconcebido, por lo que, según se dispone en el art. 4.6, párrafo 2.º, del Reglamento del Procedimiento para el ejercicio de la Potestad Sancionadora aprobado por Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto y en aplicación de lo dispuesto en el art. 16.3 del mismo Reglamento, se consideran todas las presentaciones constitutivas de una infracción administrativa continuada.

En resumen, las apariciones publicitarias fueron las siguientes:

CAMPAÑA	CANAL	FECHA	FRANJA HORARIA	ÁMBITO	PROGRAMA	N.º DE PROGRAMAS AFECTADOS	N.º TOTAL DE INSERCIÓNES PUBLICITARIAS	PUBLICIDAD TOTAL COMPUTADA EN SEGUNDOS
MAZDA	CUATRO	ENERO	15:00:00 a 16:00:00	Nacional	DEPORTES CUATRO I	2	2	10
	CUATRO	FEBRERO	15:00:00 a 16:00:01	Nacional	DEPORTES CUATRO I	2	2	10

CAMPAÑA	CANAL	FECHA	FRANJA HORARIA	ÁMBITO	PROGRAMA	N.º DE PROGRAMAS AFECTADOS	N.º TOTAL DE INSERCIONES PUBLICITARIAS	PUBLICIDAD TOTAL COMPUTADA EN SEGUNDOS
RENAULT	CUATRO	FEBRERO	24:00:00 a 26:00:00	Nacional	TIKI TAKA	3	6	60
	ENERGY	FEBRERO	24:00:00 a 26:00:02	Nacional	TIKI TAKA	10	15	150

Vistas las alegaciones, y tras el visionado de las grabaciones y el contenido de los documentos incorporados a las presentes actuaciones, se considera probado el incumplimiento de MEDIASET de lo establecido en el art. 14.2 y 4, párrafo primero, al haber insertado 4 rodillos publicitarios del MAZDA 3 y 21 cartones publicitarios de REANULT, todos de carácter dinámico, durante el desarrollo de 4 programas de DEPORTES CUATRO y 13 programas de "TIKI TAKA EXPRESS/TIKI TAKA" respectivamente, sin haberlos interrumpido y confundiendo el contenido publicitario con el editorial, fuera de los casos admitidos por la Ley Audiovisual.

CUARTO.- Responsabilidad de la infracción.

En aplicación de lo establecido en el art. 61 de la LGCA, la responsabilidad por la infracción le corresponde a MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S. A, por ser el operador del servicio de comunicación audiovisual autor de los hechos infractores probados, sin que haya quedado acreditada en el expediente sancionador la existencia de circunstancia alguna que le pueda eximir de dicha responsabilidad.

Con carácter general, MEDIASET es responsable de los contenidos que emite y, a efectos del procedimiento administrativo sancionador, la responsabilidad puede ser exigida "aún a título de simple inobservancia" (art. 130.1 LGCA), lo que conduce a la atribución de responsabilidades incluso en los casos de negligencia simple respecto del cumplimiento de los deberes legales impuestos a los prestadores del servicio de televisión. Esta exigencia de responsabilidad está relacionada con que el sector audiovisual es un sector altamente especializado y con que MEDIASET, como prestador, cuenta con expertos profesionales que deben poner la máxima diligencia en el cumplimiento de la normativa.

QUINTO.- Cuantificación de la Sanción

Así pues, a los hechos objetivos y consideraciones expuestos, ha de añadirse, por una parte, que la contravención de las obligaciones y prohibiciones establecidas en el artículo 14.2 y 4, párrafo 1.º, de la LGCA, se consideran infracciones graves, conforme al artículo 58.7 de la citada Ley, y que en la graduación de las sanciones a imponer se han tenido en cuenta los criterios legales que a tal efecto establecen los artículos 131.3 de la Ley 30/1992 y 60.2, 3 y 4, de la LGCA.

Siendo dichas infracciones, en aplicación de lo dispuesto en los artículos 58.7 de la LGCA, susceptibles de ser calificadas como de carácter grave, se estima pertinente, atendiendo a los criterios de graduación establecidos en el artículo 131.3 de la Ley 30/1992 de 26 de

noviembre, modificada por Ley 4/1999, de 13 de enero, así como los específicamente indicados en el artículo 60, números 2, 3 y 4, de la Ley 7/2010, de 1 de abril, imponer como sanción una (1) multa por importe total de **111.000,00 €** (ciento once mil euros).

Vistos los antecedentes de hecho, hechos probados y fundamentos de derecho y, vistas, asimismo, la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, el Reglamento del Procedimiento para el Ejercicio de la Potestad Sancionadora, aprobado por Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto y demás normas de aplicación la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC, previo informe de la Sala de Competencia, acuerda lo siguiente,

III

RESOLUCIÓN

PRIMERO.- Declarar a MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S. A., responsable editorial de los canales de televisión CUATRO y ENERGY, responsable de la comisión de **una (1) infracción administrativa continuada de carácter grave**, por la inserción de 4 rodillos publicitarios del MAZDA 3 durante la emisión de cuatro programas de “DEPORTES CUATRO” y de 21 cartones publicitarios de los vehículos comerciales de RENAULT durante la emisión de trece programas de “TIKI TAKA EXPRESS/TIKI TAKA”, emitidos entre el 20 de enero y la madrugada del 19 de febrero de 2014, sin interrumpir los programas y mezclando los contenidos editoriales con los publicitarios, fuera de los casos expresamente admitidos en la Ley, lo que infringe lo dispuesto en el art. 14.2 y 4, párrafo 1.º, de la LGCA.

SEGUNDO.- Imponer a MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S. A., una sanción de multa, por importe de 111.000,00 € (ciento once mil euros).

El pago de la sanción deberá efectuarse mediante ingreso en la cuenta número 2100-5000-57-0200029123 abierta al efecto en la entidad financiera Caixabank, S. A. (“La Caixa”). Una vez efectuado el ingreso, se remitirá un ejemplar del recibo de ingreso a esta Comisión para su archivo. El plazo para realizar el pago en período voluntario es el establecido en el artículo 62.2, apartados a y b, de la Ley 58/2003, de 17 de diciembre, General Tributaria, dependiendo del día en que se reciba la notificación de la presente resolución. En el supuesto de no efectuar el ingreso en el plazo concedido, se procederá a su exacción por la vía de apremio

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, de acuerdo con lo establecido en el

artículo 36 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, y conforme a lo dispuesto en la Disposición adicional cuarta, apartado 5, de la Ley 29/1998, de 13 de julio, Reguladora de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa, sin perjuicio de lo previsto en el artículo 58.2 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.