

RESOLUCIÓN DEL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR INCOADO A SOCIEDAD GESTORA DE TELEVISIÓN NET TV, S. A. (NET TV), POR VULNERACIÓN DE LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 14.1 DE LA LEY 7/2010, DE 31 DE MARZO, GENERAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.

Expediente sancionador: SNC/DTSA/409/14/NET TV

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. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 31 de julio 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** acuerda lo siguiente:

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 la **SOCIEDAD GESTORA DE TELEVISIÓN NET TV, S.A.**, en su canal de televisión **INTERECONOMÍA** ha podido vulnerar lo dispuesto en el Art.14.1 de la Ley 7/2010, de 31 de Marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA), en las emisiones de los días 11 de octubre de 2013 (franja horaria de 13 a 14 h.), 18 de noviembre de 2013 (franja de 19,00 a 20,00 h.), 8 de diciembre de 2013 (franja de 09,00 a 10,00

h.), 20 de diciembre de 2013 (franja de 23,00 a 24,00 h.) y 29 de diciembre de 2013 (franja de 14,00 a 15,00 h.), al haber superado el límite de tiempo de emisión dedicado a mensajes publicitarios y de televenta regulados en dicho precepto legal.

Segundo.- Con fecha 11 de marzo de 2014, y a la vista de estos antecedentes, la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC acordó la incoación del procedimiento sancionador SNC/DTSA/409/14/NET TV, al entender que la SOCIEDAD GESTORA DE TELEVISIÓN NET TV, S.A., por las emisiones de su canal INTERECONOMÍA, había podido infringir lo dispuesto en el artículo 14.1 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, al haber superado el límite de tiempo de emisión de publicidad de mensajes publicitarios y de televenta (regla de los 12 minutos por hora natural).

Tercero.- El día 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 25 de marzo de 2014, D.^a Beatriz Martín Plaza y D. José Manuel Villar Uribarri, en representación de NET TV, solicitaron el acceso al expediente y copia de la documentación obrante, incluida la copia de las grabaciones de las franjas horarias imputadas.

Quinto.- La entidad **SOCIEDAD GESTORA DE TELEVISIÓN NET TV, S. A.**, presentó escrito de alegaciones el día 31 de marzo de 2014, a través de D. Iñaki Arechabaleta Torrontegui, que actúa en nombre y representación de la citada mercantil, y en el que, sucintamente, manifiesta:

- Que los excesos, con carácter general, se han debido a errores técnicos imprevisibles, a fuerza mayor motivada por una huelga de trabajadores o a errores de cómputo, al haberse considerado autopromociones y telepromociones como publicidad convencional. Posteriormente, especifica la incidencia de estas causas en cada una de las franjas horarias.
- Alega que se le ha producido indefensión por no habersele comunicado con la iniciación del procedimiento el pliego de cargos, ni constar las posibles reducciones sobre el importe de las sanciones; entiende asimismo producida la indefensión por no serle posible deducir de la documentación del expediente los anuncios que han sido computados para determinar el exceso publicitario.
- Por último, en atención a sus alegaciones, considera que en ninguna franja horaria ha sobrepasado los límites de tiempo para que pueda imputársele una falta grave.

Sexto.- Respecto a la franja de 23,00 a 24,00 horas, del día 20 de diciembre de 2013, en la que se imputaba un exceso de un minuto y veintiún segundos (1' 21") sobre el límite de los 12 minutos por hora natural, el prestador alega que coincidió con una huelga de trabajadores que afectó a la programación, al tener que recurrir a emitir contenidos grabados y encontrarse el personal de supervisión bajo mínimos. Por la instrucción se comprobó que las emisiones de esa franja incluían una impresión con la letra "R" (reemisión); que efectivamente los trabajadores convocaron una huelga del 16 al 26 de diciembre, según se publica en numerosas páginas web (se une al expediente la correspondiente a <http://www.formulatv.com/noticias/34627/los-trabajadores-intereconomia-convocan-huelga-16-al-26-diciembre/>); por último, que el exceso publicitario computado se debe a telepromociones insertadas en el programa reemitido que no cumplen todos los requisitos de esa figura. Es de suponer que la huelga de trabajadores ha alterado la capacidad del prestador de cumplir las obligaciones que le atañen; y que el deber de cuidado que pesa sobre el prestador se viera menoscabado por una huelga que duró diez días y que, durante estos días, sólo en esta franja horaria tuvo un exceso publicitario debido a telepromociones incluidas en los programas reemitidos. Por lo que debe entenderse este caso como un supuesto de fuerza mayor y eximir al prestador de responsabilidad administrativa.

Séptimo.- 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 cuatro sanciones, por importe total de 49.213,00 €, como responsable de la comisión de cuatro (4) infracciones administrativas de carácter leve, al haber superado en el canal INTERECONOMÍA, y en las horas naturales y fechas que se indicaban, los límites de tiempo de emisión dedicados a los mensajes publicitarios, regulados en el art. 14.1 de la LGCA.

Octavo.- Que ha transcurrido el plazo legal para presentar alegaciones sin que el prestador del servicio haya hecho uso de su derecho.

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 la 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 para la decisión de los mismos, tal y como prevén el art. 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 procedimiento 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.

El artículo 14 de la LGCA, que regula el tiempo de emisión dedicado a los mensajes publicitarios y a la televenta, preceptúa en su apartado número uno:

“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”.

Así pues, el presente procedimiento sancionador tiene como objeto determinar la existencia o no de infracciones administrativas consistentes en la vulneración por parte del interesado de lo dispuesto en el art. 14.1 de la LGCA, en relación al límite de 12 minutos por hora natural para la emisión de mensajes publicitarios y televenta.

TERCERO.- Hechos probados y tipificación de los mismos.

3.1 Hechos probados.

- Como se ha expuesto en los Antecedentes de Hecho, el principal sistema de identificación y comprobación utilizado para la determinación de los hechos presuntamente infractores lo constituye el visionado de los discos de grabación de las emisiones y su posterior plasmación en Actas de Visionado, todo ello realizado por funcionarios de la Subdirección de Audiovisual de la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual, órgano al que corresponde, entre otras funciones, el ejercicio de las facultades de control e inspección en materia audiovisual, así como el seguimiento y control de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual. Asimismo, en las Actas de Visionado se identifica el canal, la fecha, franja horaria (concretada en horas, minutos y segundos), así como el ámbito territorial de las emisiones y el cómputo de las distintas formas publicitarias y de televenta emitidas en cada hora natural, al igual que el cómputo de las telepromociones (Art. 14.1, párrafo 3.º), la autopromoción (Art. 13.2, párrafo 2.º) y los conceptos no computables.

La publicidad computada a los efectos del art. 14.1 es la reflejada en las Actas de Visionado y en el Acuerdo de Incoación, siendo dicho cómputo realizado detallada y exhaustivamente por la CNMC que tiene la competencia para el control e inspección en materia audiovisual.

En la instrucción del procedimiento ha quedado acreditado que NET TV ha incumplido el límite de 12 minutos por hora natural establecido para los mensajes publicitarios y de televenta, especificando la publicidad que ha sido computada a estos efectos según consta en el cuadro siguiente:

CANAL: INTERECONOMÍA

HORAS DE RELOJ QUE INCUMPLEN EL LÍMITE DE 12 MINUTOS (Art. 14.1 de la Ley 7/2010)			
Fecha	Horas de reloj	Publicidad computada	Ámbito
11/10/2013	13:00:00 a 14:00:00	12 minutos y 41 segundos	Nacional
16/11/2013	19:00:00 a 20:00:00	12 minutos y 37 segundos	Nacional
06/12/2013	09:00:00 a 10:00:00	16 minutos y 44 segundos	Nacional
29/12/2013	14:00:00 a 15:00:00	13 minutos y 21 segundos	Nacional

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

A continuación se analizarán las distintas alegaciones, en relación a las franjas horarias imputadas:

- **1.- Día 11 de octubre de 2013, franja de 13,00 a 14,00 horas, canal INTERECONOMÍA, ámbito nacional:** Las emisiones publicitarias computadas en el límite de los 12 minutos, según ha comprobado la instrucción mediante el visionado de las grabaciones, en las que consta impresa la hora, los minutos y los segundos, son las siguientes:

De 13:00:25 a 13:00:51 (26 sg): publicidad dentro de programa del periódico “La Gaceta”.

De 13:13:27 a 13:17:24 (237 sg): bloque publicitario.

De 13:29:30 a 13:29:48 (18 sg): publicidad dentro de programa del periódico “La Gaceta”.

De 13:30:24 a 13:17:24 (360 sg): bloque publicitario.

De 13:55:53 a 13:57:53 (120 sg): bloque publicitario.

Alega el prestador del servicio que las publicidades de “La Gaceta” (26 + 18 sg) son autopromociones, por lo que computarían en el límite de los 5 minutos. El Reglamento de desarrollo de la LGCA, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva, aprobado por Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, regula la autopromoción, de una parte, sometida al límite de 5 minutos por hora, con carácter general, cuando se trata de avances de programación, impresiones publicitarias o promocionales sobre programación que no se limiten a informar, autopromociones de la cadena o del prestador y comunicaciones audiovisuales que informan de productos accesorios derivados directamente de los programas; de otra, excluye de cualquier cómputo de tiempo los programas, secciones y contenidos que informan sobre la programación, las sobreimpresiones sobre programación que no se limiten a informar, las referencias genéricas al prestador y los anuncios o mensajes de productos accesorios directamente derivados de los programas cuando vayan dirigidos a facilitar la participación del telespectador en el programa y afecta a su desarrollo. La publicidad de La Gaceta no puede acogerse a ninguna de estas circunstancias, por más que sea un producto o servicio del prestador y, en consecuencia, le resulta de aplicación lo dispuesto en el párrafo 5 del artículo 5 del Reglamento de desarrollo de la LGCA, conforme al cual:

“5. Aquellas comunicaciones de productos o servicios que no sean accesorios ni deriven directamente de los programas, sino del prestador del servicio o de la cadena computarán dentro del límite de los 12 minutos, por considerarse un mensaje publicitario de una actividad del prestador ajena a la comunicación audiovisual”.

Y, en consecuencia, deben computar en el límite de 12 minutos por hora natural.

Tampoco pueden considerarse como telepromociones, aunque se hayan producido en el seno de un programa, por no reunir el requisito de la duración mínima de 45 segundos, exigida en el art. 9.1 del mencionado Reglamento.

Conforme se ha expuesto, el tiempo total de emisión de mensajes publicitarios y televenta en la franja es de 12 minutos y 41 segundos, por lo que el exceso de publicidad es de 41 segundos.

- **2.- Día 16 de noviembre de 2013, franja de 19,00 a 20,00 horas, canal INTERECONOMÍA, ámbito nacional:** Las emisiones publicitarias computadas en el límite de los 12 minutos, según ha comprobado la instrucción mediante el visionado de las grabaciones, en las que consta impresa la hora, los minutos y los segundos, son las siguientes:

De 19:10:09 a 19:16:10 (361 sg): bloque publicitario.

De 19:51:22 a 19:52:29 (67 sg): bloque publicitario.

De 19:52:35 a 19:56:04 (209 sg): continúa el bloque publicitario anterior tras una cortinilla.

De 19:56:24 a 19:58:24 (120 sg): continúa el bloque publicitario tras un avance de programación.

Alega el prestador que el exceso publicitario, de haberse producido, se debió a un fallo técnico involuntario y fortuito, sin más especificaciones ni concreción al exceso imputado. Como se ha dicho con anterioridad, sólo se admiten los fallos técnicos como causa de exención de responsabilidad cuando son imprevistos, inevitables, tienen relación de causalidad con la infracción imputada y resultan probados. Razones que se consideran suficientes para rechazar la alegación y, conforme a lo expuesto, el tiempo total de emisión de mensajes publicitarios y televenta en la franja es de 12 minutos y 37 segundos, por lo que el exceso de publicidad es de 37 segundos.

- **3.- Día 6 de diciembre de 2013, franja de 09,00 a 10,00 horas, canal INTERECONOMÍA, ámbito nacional:** Las emisiones publicitarias computadas en el límite de los 12 minutos, según ha comprobado la instrucción mediante el visionado de las grabaciones, en las que consta impresa la hora, los minutos y los segundos, son las siguientes:

De 09:02:09 a 09:06:09 (240 sg): bloque publicitario.

De 09:06:52 a 09:08:52 (120 sg): continúa el bloque publicitario tras un espacio de programación y una cortinilla.

De 09:10:39 a 09:11:08 (10 sg.+ 19 sg): hasta 09:10:49 h. patrocinio verbal; hasta el final, comunicación comercial verbal del patrocinador.

De 09:13:26 a 09:14:00 (34 sg): espacio radiofónico televisado.

De 09:17:20 a 09:19:20 (120 sg): bloque publicitario.

De 09:45:09 a 09:47:09 (120 sg): bloque publicitario.

De 09:47:12 a 09:49:12 (120 sg): bloque publicitario.

De 09:53:52 a 09:55:46 (32 sg + 69 sg en documento de visionado): telepromoción dentro de programa de Colacell y el Corte Inglés. Se modifica el documento de visionado por formar la publicidad una unidad secuencial.

De 09:57:28 a 09:59:28 (120 sg): bloque publicitario.

El prestador aduce que se han computado diversas autopromociones como publicidad convencional:

A las 09:10:39 h.: termina la emisión de un programa sobre el tiempo y se emite el sonido de un anuncio de patrocinio (10 sg), con imágenes del programa y con la superimpresión de “publicidad”, y, en consecuencia, se excluye del cómputo.

A las 09:13:26 h. el prestador emite un programa de radio.

A las 09:53:52 h. la presentadora del programa participa en la publicidad durante un minuto y cuarenta y un segundos (1' 41") y aparece la inserción de “publicidad” impresionada en pantalla, por lo que puede entenderse que reúne los requisitos establecidos en el art. 9, 10 y 11 del Reglamento de desarrollo, antes de su modificación por el Real Decreto 21/20174, de 17 de enero. Por lo que procede el descuento de este tiempo del exceso imputado.

Por último, a las 09:57:28 h. se interrumpe el programa y se pasa al bloque publicitario con la emisión de un anuncio de televenta de Besoftv que, en modo alguno, puede considerarse como una telepromoción, por no reunir ninguno de los requisitos establecidos, como que se realice por el presentador, protagonistas o colaboradores del programa, se emita dentro del programa y se utilice el mismo escenario, ambientación y atrezzo del programa donde se emiten.

Conforme a lo expuesto, el exceso publicitario en esta franja es de 139 segundos.

• **4.- Día 29 de diciembre de 2013, franja de 14,00 a 15,00 horas, canal INTERECONOMÍA, ámbito nacional:** Las emisiones publicitarias computadas en el límite de los 12 minutos, según ha comprobado la instrucción mediante el visionado de las grabaciones, en las que consta impresa la hora, los minutos y los segundos, son las siguientes:

De 14:07:09 a 14:08:11 (62 sg): Publicidad dentro de programa: hasta las 14:07:39 h. el presentador realiza la publicidad; a continuación insertan un anuncio publicitario.

De 14:16:26 a 14:16:46 (20 sg): Publicidad dentro de programa realizada por el presentador.

De 14:18:33 a 14:25:52 (439 sg): Bloque publicitario.

De 14:44:49 a 14:49:29 (280 sg): bloque publicitario.

Alega el prestador que se le han computado dos telepromociones como publicidad convencional, refiriéndose a las dos primeras inserciones. La telepromoción se concibe en el art. 2.27 de la Ley 7/2010 como un mensaje publicitario realizado por el presentador o cualquiera de los protagonistas del programa, con el escenario, la ambientación y el atrezzo del programa, por un tiempo claramente superior al de un mensaje publicitario, en el seno de un programa. Este tipo publicitario se excluye del cómputo de 12 minutos por hora natural, cuando el conjunto de las telepromociones no supere los 36 minutos al día, ni los 3 minutos por hora de reloj (art. 14.1, párrafo tercero de la Ley 7/2010). Por su parte, el Reglamento de desarrollo de la LGCA admite también que se realicen las telepromociones por los colaboradores del programa, obliga a que tengan una duración superior a 45 segundos (desde el 22 de febrero, 2 minutos, tras la aprobación del RD 21/2014) y a que se ubiquen dentro de programa, salvo en obras de ficción, que deberán ser emitidas inmediatamente al inicio o al final de la obra de ficción o inmediatamente antes o detrás de un corte publicitario de dicha obra, de tal manera que formen un todo con el programa y supongan una continuidad con el mismo.

En ambos casos, la presentación publicitaria dentro de programa dura menos de 45 segundos. En la primera inserción publicitaria, durante 30 segundos el presentador realiza la publicidad y, con ella, da entrada a un anuncio publicitario de 32 segundos de duración. Dicho anuncio no se realiza por el presentador del programa, ni en el mismo escenario y, sin duda, puede emitirse independientemente del programa, por lo que computa en el límite de los 12 minutos; y la parte de la publicidad desarrollada por el presentador cumple todos los requisitos salvo el de la duración, por lo que computa, al igual que la siguiente inserción publicitaria, en el límite de los 12 minutos.

Razones que se consideran suficientes para rechazar la alegación y, conforme a lo expuesto, el tiempo total de emisión de mensajes publicitarios y televenta en la franja es de 13 minutos y 21 segundos, por lo que el exceso de publicidad es de 81 segundos.

Por otra parte, en los documentos de visionado se especifican la asignación de los espacios publicitarios a los distintos cómputos posibles como son: programas y conceptos no computables, mensajes publicitarios (art. 14.1), telepromociones (14.1, párrafo 3.º) y autopromociones (art. 13.2, párrafo 2.º) de la LGCA, lo que unido a la franja de emisión especificada en segundos, hace totalmente viable la identificación de cualquier anuncio o programa emitido. Constan unidas al expediente las grabaciones de los programas objeto del expediente, grabaciones

en las que figuran sobreimpresionados los tiempos de emisión en horas, minutos y segundos, y cuyo visionado se realiza a través de equipos informáticos.

3.3 Tipificación de los hechos probados.

Los hechos probados acreditan el incumplimiento por parte de NET TV, en los canales, días y franjas horarias especificados, del límite de emisión de 12 minutos por hora natural de espacios dedicados a los mensajes publicitarios y la televenta establecido en el art. 14.1 de la LGCA.

La contravención de las obligaciones y prohibiciones establecidas en el artículo 14.1 de la LGCA, se consideran infracciones leves cuando el exceso sea inferior al veinte por ciento de lo permitido, conforme a lo establecido en el art. 59.2 de la LGCA que tipifica como infracción leve el incumplimiento del resto de deberes y obligaciones establecidos en dicha Ley, que no estén tipificados como infracciones graves o muy graves, en relación con el 58.6 de la misma Ley, que tipifica como infracción grave el incumplimiento del límite de emisión por hora de reloj dedicado a la publicidad y a la televenta, establecido en el art 14.1, cuando exceda en un veinte por ciento de lo permitido.

Por lo tanto ha quedado acreditada la comisión de tres infracciones administrativas de carácter leve, tipificadas en el artículo 59.2 de la LGCA, consistentes en haber superado en el canal, horas naturales y fechas indicadas, en menos de un veinte por ciento los límites de tiempo de emisión dedicados a los mensajes publicitarios, regulados en el art. 14.1 de la citada Ley.

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 la SOCIEDAD GESTORA DE TELEVISIÓN NET TV, 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.

NET TV, S.A. 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 Ley 30/1992), 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 comunicación audiovisual. Esta exigencia de responsabilidad está relacionada con que el sector audiovisual es un sector altamente especializado y en el que NET TV, S.A. como prestador de dicho servicio, cuenta con expertos

profesionales que deben poner la máxima diligencia en el cumplimiento de la normativa y que podrían subsanar los posibles fallos técnicos o de otro tipo que puedan surgir, por lo que este tipo de errores no han de ser considerados. Los diversos errores que pudieran alegarse como causantes de los incumplimientos no resultan eximentes de responsabilidad, por cuanto el prestador es el responsable de la emisión de programas y publicidad y debe tener un control sobre los tiempos de emisión constituyendo, en caso contrario, supuestos de negligencia en su actuación, únicamente salvables en casos de sucesos imprevistos e inevitables, y no por meros errores que no le exoneran de responsabilidad administrativa por ausencia de culpabilidad en la comisión de los hechos cometidos, sobre todo cuando esa negligencia repercute negativamente sobre los telespectadores. Por lo demás, la doctrina del Tribunal Supremo, expuesta en las sentencias de 21 de febrero y 10 de marzo de 2003, a que hace referencia la sentencia de la Audiencia Nacional de 28 de junio de 2005 (recurso 792/2003 interpuesto por un operador de televisión), establece que los excesos publicitarios técnicos, no queridos por el operador, no se excluyen del cómputo ni tales errores excluyen la culpabilidad, en su aspecto negligente, ya que el respeto de los límites impuestos por la norma exige extremar el cuidado, dada la trascendencia sobre el gran número de personas que pueden verse afectadas por el exceso.

QUINTO.- Cuantificación de la Sanción

Siendo las infracciones cometidas susceptibles de ser calificadas como de carácter leve, al ocurrir la actividad infractora en el ámbito de la prestación de un servicio de comunicación audiovisual televisiva, de conformidad con lo establecido en el art. 60.3 de LGCA, las infracciones podrán ser sancionadas con multa de hasta 100.000 euros cada una.

Dentro de los citados límites, la cuantificación de la sanción ha de tener en cuenta los criterios de graduación establecidos en el artículo 131.3 de la Ley 30/1992 de 26 de noviembre, así como los específicamente indicados en el artículo 60, números 4, de la LGCA.

Sin perjuicio de lo anterior para la determinación de la base de la cuantía, atendiendo a los criterios establecido en las normas citadas en el párrafo anterior, se debe analizar la naturaleza de los perjuicios causados y, en especial, la repercusión social de la infracción, en función de la audiencia de las franjas horarias afectadas.

La sanción ha sido evaluada, según detalle adjunto atendiendo principalmente al beneficio que el infractor ha obtenido de la comisión de los hechos infractores, en función de los excesos de tiempo en la publicidad emitida y sus tarifas aproximadas según se especifica en el siguiente cuadro:

CANAL	FECHA	FRANJA HORARIA	ÁMBITO	Extralimitación en emisión de publicidad de 12' hora natural, en segundos	SANCIÓN
INTERECONOMÍA	11/10/2013	13:00:00 a 14:00:00	Nacional	41	3.169,00 €
INTERECONOMÍA	16/11/2013	19:00:00 a 20:00:00	Nacional	37	3.362,00 €
INTERECONOMÍA	6/12/2013	9:00:00 a 10:00:00	Nacional	139	3.308,00 €
INTERECONOMÍA	29/12/2013	14:00:00 a 15:00:00	Nacional	81	3.161,00 €
TOTAL SANCIONES PROPUESTAS					13.000,00 €

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 Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia

RESUELVE

PRIMERO.- Declarar a la **SOCIEDAD GESTORA DE NET TV, S. A.**, responsable editorial del canal de televisión INTERECONOMÍA, responsable de la comisión de **cuatro (4) infracciones administrativas de carácter leve**, tipificadas en el artículo 59.2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, al haber superado en el canal, horas naturales y fechas que a continuación se indican, en menos de un veinte por ciento, los límites de tiempo de emisión dedicados a los mensajes publicitarios, regulados en el art. 14.1 de la citada Ley:

CANAL	FECHA	FRANJA HORARIA	ÁMBITO	TIEMPO DEDICADO A MENSAJES PUBLICITARIOS Y DE TELEVENTA (Art. 14.1)
INTERECONOMÍA	11/10/2013	13:00:00 a 14:00:00	Nacional	12 minutos y 41 segundos
INTERECONOMÍA	16/11/2013	19:00:00 a 20:00:00	Nacional	12 minutos y 37 segundos
INTERECONOMÍA	6/12/2013	9:00:00 a 10:00:00	Nacional	14 minutos y 19 segundos
INTERECONOMÍA	29/12/2013	14:00:00 a 15:00:00	Nacional	13 minutos y 21 segundos

SEGUNDO.- Imponer a SOCIEDAD GESTORA DE NET TV, S. A. las siguientes sanciones:

1ª Multa de 3.169,00 euros, por la extralimitación en la emisión de publicidad ocurrida en el canal INTERECONOMÍA, el día 11 de octubre de 2013.

2ª Multa de 3.362,00 euros, por la extralimitación en la emisión de publicidad ocurrida en el canal INTERECONOMÍA, el día 16 de noviembre de 2013.

3ª Multa de 3.309,00 euros, por la extralimitación en la emisión de publicidad ocurrida en el canal INTERECONOMÍA, el día 6 de diciembre de 2013.

4ª Multa de 3.162,00 euros, por la extralimitación en la emisión de publicidad ocurrida en el canal INTERECONOMÍA, el día 29 de diciembre de 2013.

El pago de las sanciones 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 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.