

## **ACUERDO POR EL QUE SE ANALIZA EL CARÁCTER CULTURAL DEL PROGRAMA GRAND PRIX EN RELACIÓN CON LA DENUNCIA PRESENTADA POR UTECA CONTRA LA CORPORACION DE RADIO Y TELEVISION ESPAÑOLA, S.A.**

(IFPA/DTSA/210/23/CRTVE/GRANDPRIX)

### **CONSEJO. SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

#### **Presidenta**

D.<sup>a</sup> Pilar Sánchez Núñez

#### **Consejeros**

D. Josep María Salas Prat

D. Carlos Aguilar Paredes

#### **Secretario**

D. Miguel Bordiu García-Ovies

En Madrid, a 9 de mayo de 2024

Vista la reclamación presentada por la Unión de Televisiones Comerciales (en adelante, UTECA) contra la **CORPORACION DE RADIO Y TELEVISION ESPAÑOLA, S.A.** (en adelante CRTVE), la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** adopta el siguiente acuerdo

## **I. ANTECEDENTES**

### **Primero.- Denuncia presentada por UTECA**

Con fecha 4 de julio de 2023 tuvo entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de UTECA a través del cual viene a denunciar las condiciones de comercialización que estaría ofreciendo CRTVE a los posibles interesados en relación con el programa GRAND PRIX.

En su escrito, denuncia que dicha publicidad excede de los límites permitidos por el artículo 7.2.b) de la Ley 8/2009<sup>1</sup> (en adelante, LFRTVE) para que la CRTVE pueda emitir publicidad. Entiende UTECA que la CRTVE solo puede comercializar otras formas de comunicación comercial asociadas a los patrocinios exclusivamente respecto de programas y retransmisiones deportivas y culturales con contrato de patrocinio y que el programa GRAND PRIX es un mero programa de entretenimiento y no un programa cultural. Además, en su oferta comercial, la CRTVE ofrece a los anunciantes el patrocinio de autopromociones, lo que estaría prohibido por los artículos 128 de la Ley 13/2022<sup>2</sup> (en adelante, LGCA) y 12.b) del Reglamento de publicidad<sup>3</sup> y que la CNMC ya comunicó a la CRTVE en sus resoluciones de 17 de noviembre de 2022 (IFPA/DTSA/293/22<sup>4</sup>) y de 9 de febrero de 2023 (CNS/DTSA/022/23<sup>5</sup>).

Con la denuncia, UTECA acompaña la oferta comercial que realiza la CRTVE de la publicidad asociada al programa GRAND PRIX para su emisión en el canal LA1.

Por último, instaba a la CNMC para que adopte medidas provisionales a fin de que la CRTVE cese en la comercialización de esta publicidad, por existir elementos suficientes para poder adoptarlas, resultar necesarias y urgentes para

---

<sup>1</sup> Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.

<sup>2</sup> Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

<sup>3</sup> 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 lo relativo a la comunicación comercial televisiva

<sup>4</sup> [IPFA/DTSA/293/22](#)

<sup>5</sup> [CNS/DTSA/022/23](#)

asegurar la eficacia de la resolución que se dicte y necesarias, idóneas y proporcionadas para evitar perjuicios irreversibles en el mercado publicitario.

## **Segundo.- Apertura de período de información previa**

Con el fin de conocer con mayor detalle las circunstancias del caso, en lo relativo al análisis de las condiciones de la posible emisión, por parte de CRTVE, de determinadas comunicaciones comerciales asociadas al programa GRAND PRIX y su sujeción a la normativa sectorial audiovisual (LGCA y LFRTVE) y valorar la conveniencia o no de iniciar el correspondiente procedimiento administrativo, con fecha 12 de julio de 2023 se remite a la CRTVE un escrito en el que se le comunica la apertura de un período de información previa, concediéndole un plazo de diez días para que remitiera a esta Comisión, la siguiente información así como las alegaciones que estime oportunas en relación con el contenido referenciado:

- Que remita la grabación íntegra de los programas GRAND PRIX que tengan grabados, y que vayan a emitir en el verano de 2023.
- Que remita información relativa a las comunicaciones comerciales asociadas a los programas GRAND PRIX.
- Que señale y describa el catálogo comercial del programa GRAND PRIX que CRTVE ofrece a los anunciantes, en particular en lo relativo a caretas de patrocinio de programas, patrocinio de autopromociones y spots.
- Que adjunte la información relativa a la comercialización de fórmulas comerciales asociadas al programa GRAND PRIX (Entre otros: copia de contratos, con sus anexos, copia de acuerdos comerciales cerrados, patrocinadores del programa, copia del acuerdo de patrocinio, etc.) por la CRTVE.

## **Tercero.- Escrito de contestación por la CRTVE**

Con fecha 21 de julio de 2023 tiene entrada un escrito de contestación en el que la CRTVE presenta la grabación de la emisión del primer programa GRAND PRIX, en el canal de televisión LA 1, así como la documentación y las alegaciones que, en síntesis, señalan:

- Que fundamentan el carácter cultural del programa GRAND PRIX, por el hecho de que se dedica una gran parte de su emisión a poner en valor aspectos relevantes de la cultura, como el patrimonio artístico y paisajístico y las costumbres y folclores de las diferentes regiones españolas. Afirma que la cultura tiene muchos canales de difusión y uno de los principales es el del entretenimiento. Incluye dos cartas sobre el carácter cultural del programa, remitidas por el director general de

Europroducciones TV, S.L.U., y por la Asociación de Productores PATE. Y, por último, incluye un certificado de la Dirección General del ICAA<sup>6</sup> en el que, conforme se establece en el artículo 13.3 de la Orden ECD/2796/2015, se reflejan los criterios que sirven para determinar el carácter cultural de las obras audiovisuales, que son, entre otros, que la obra sea de nacionalidad española, cuente como versión original cualquiera de las lenguas oficiales en España, esté el contenido ambientado en España, permita un mejor conocimiento de la diversidad cultural, social, religiosa, étnica, filosófica o antropológica o que contenga temáticas que formen parte de la realidad social, cultural o política española, o con incidencia sobre ellas. Todas estas características se reúnen en el programa GRAND PRIX, según declara la CRTVE.

- Además, alega que el programa se encuentra dentro de la misión de servicio público que el MANDATO-MARCO impone a la CRTVE, que la oferta comercial está permitida en la LFRTVE y que los ingresos publicitarios que pudiera generar estarían muy por debajo del coste de la producción.
- Que las formas publicitarias recogidas en la oferta comercial de CRTVE están asociadas y se contratarían de forma conjunta y asociada al patrocinio de los programas.
- Por último, razona que no se dan los requisitos para adoptar unas medidas provisionales y solicita que se tenga por cumplido el trámite, se consideren plenamente ajustadas a Derecho las actuaciones de la CRTVE y por opuesta a la petición de medidas provisionales.

#### **Cuarto.- Acceso al expediente por parte de UTECA**

Con fecha 27 de julio de 2023 se recibe un escrito de UTECA solicitando el acceso al expediente. A la vista de la petición, y de acuerdo con el art. 53.1 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las

---

<sup>6</sup> ICAA es el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (<https://www.cultura.gob.es/cultura/areas/cine/inicio.html>)

Administraciones Públicas (en adelante, LPAC)<sup>7</sup>, con fecha 27 de julio de 2023 se concede dicho acceso.

### **Quinto.- Resolución por la que se desestima la adopción de medidas provisionales.**

Con fecha 27 de julio de 2023 esta Comisión resuelve desestimar la adopción de las medidas provisionales formulada por UTECA debido a que la ponderación de todos los intereses implicados condujo a *“no considerar proporcionado ni ajustado a Derecho instar a la CRTVE el cese de la comercialización de las comunicaciones comerciales asociadas al programa GRAND PRIX cuya emisión deberá realizarse, en todo caso, respetando los límites y condiciones establecidos en la LGCA y en el Reglamento publicitario”*.

### **Sexto.- Ampliaciones del escrito de denuncia por UTECA**

Con fecha 1 de agosto de 2023 UTECA presenta un nuevo escrito en el que se solicita que se admita y se incorpore al expediente la información adicional aportada relativa a la emisión, en el programa GRAND PRIX del día 31 de julio de 2023, en el canal de televisión LA 1, a las 22:39 horas, del patrocinio y de spots de la marca comercial KAIKU (adjuntan videos del spot y de la careta de patrocinio).

Asimismo, adjuntan un enlace en el que se destaca tanto la audiencia del programa, como que la publicidad de la marca comercial KAIKU logró el “Spot de Oro”, al conseguir 5,1 GRPS<sup>8</sup>.

Posteriormente, con fecha 3 de octubre de 2023, UTECA presenta otro escrito en relación con la comercialización de publicidad asociada al programa de televisión GRAND PRIX, por parte de la CRTVE, en el que reitera que no existe

---

<sup>7</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-10565>

<sup>8</sup> <https://www.programapublicidad.com/grand-prix-en-la1-lidero-el-lunes-con-22-millones-de-espectadores-y-249/>

contenido cultural relevante en el programa y que los ingresos generados no estarían amparados por lo establecido en el artículo 7.2.b) de la LFRTVE<sup>9</sup>.

Con este nuevo escrito, UTECA acompaña grabaciones de las comunicaciones comerciales emitidas junto con varios de los programas de GRAND PRIX, un documento que detalla lo que sucede a lo largo del programa emitido el 31 de julio de 2023, el envío de un documento redactado por la empresa KANTAR MEDIA<sup>10</sup>, relativo a la codificación y clasificación del minutado de programas, denominado “*Normas, reglas, y definiciones para la condición y clasificación del minutado de programas*” elaborado mediante consenso por el conjunto de los operadores de televisión, incluida la propia CRTVE, en el seno del Comité de Usuarios de Kantar Media, un mail explicativo de la codificación de géneros de programa que utilizan, así como un documento que refleja el género en el que se ha estado clasificando el citado programa, por KANTAR MEDIA, desde su inicio, tanto en la televisión de ámbito nacional como en las cadenas autonómicas que lo han emitido.

### **Séptimo.- Actuaciones efectuadas en relación con el posible incumplimiento de lo establecido en la LGCA en materia de patrocinios**

A raíz de las actuaciones sustanciadas en el marco del presente expediente, por el que se desestimaban las medidas provisionales solicitadas por UTECA sobre la comercialización de publicidad relacionada con los programas de GRAND PRIX se incluyó la visualización de estos en la planificación de la actividad supervisora que esta Comisión mantiene sobre las emisiones de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de su competencia.

---

<sup>9</sup> El artículo 7.2 de la LFRTVE señala que “se autoriza a la Corporación de Radio y Televisión Española, SA, a realizar las siguientes actividades(...)b) Emisión de programas y retransmisiones deportivas y culturales con contrato de patrocinio u otras formas de comunicación comercial asociadas a dichos patrocinios, que se enmarquen dentro de la misión de servicio público de la Corporación de Radio y Televisión Española, S.A., y limitados a la financiación de su adquisición o producción”.

<sup>10</sup> KANTAR MEDIA (The Kantar Group Limited) es una empresa dedicada al marketing y análisis de datos, conocida por la medición de datos y audiencias.

Con esta base, se analizaron aquellas comunicaciones comerciales audiovisuales asociadas a la emisión del programa GRAND PRIX, en el canal de televisión LA 1, del prestador CRTVE, durante las fechas que se relacionan a continuación:

Programa	Fecha
GRAND PRIX	24/07//2023
GRAND PRIX	31/07/2023
GRAND PRIX	07/08/2023
GRAND PRIX	14/08/2023
GRAND PRIX	22/08/2023
GRAND PRIX	28/08/2023
GRAND PRIX	04/09/2023

En lo relativo al análisis del cumplimiento de la normativa audiovisual, con respecto a las fórmulas comerciales asociadas a los programas de GRAND PRIX emitidos, se pudo comprobar que en los programas de fecha 24 de julio y 14 de agosto, no se emitió ningún patrocinio y que en el caso de los programas emitidos con fechas 31 de julio y 7 de agosto, el patrocinador fue KAIKU y en el caso de los tres últimos programas (5º, 6º Y 7º), el patrocinador fue INTERPORC.

En relación con el programa GRAND PRIX, con fecha 15 de noviembre de 2023, esta Comisión acuerda incoar expediente sancionador, con referencia SNC/DTSA/062/23, a la entidad CRTVE por el presunto incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 128.3 de la LGCA, cuyos hechos están tipificados como infracción administrativa de carácter grave en el artículo 158.18 de la citada Ley<sup>11</sup>, por cuanto es un patrocinio que afectaría al contenido del programa con afección a la responsabilidad editorial del prestador del servicio de comunicación audiovisual.

Por tanto, el presente Acuerdo se centrará exclusivamente en el análisis de la posible consideración del programa GRAND PRIX como programa cultural a los efectos de la aplicación de la excepción del artículo 7.2.b) de la LFRTVE, con independencia de la tramitación que ha de seguir el citado expediente

---

<sup>11</sup> Artículo 158 LGCA Infracciones graves: “*son infracciones graves:(...)18. La emisión de patrocinios sin cumplir lo previsto en el artículo 128.*”

sancionador incoado al prestador CRTVE por posible vulneración de lo dispuesto en el artículo 128.3 de la LGCA.

## **II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS**

### **PRIMERO. – Habilitación competencial**

Con fecha 8 de julio de 2022 se publicó en el Boletín Oficial del Estado la LGCA, con la consiguiente adaptación de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, LCNMC).

El apartado segundo del artículo 1 de la LCNMC, establece que esta Comisión *“tiene por objeto garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva en todos los mercados y sectores productivos, en beneficio de los consumidores y usuarios”*.

En este sentido, los apartados 6, 7 y 10 del artículo 9 de la LCNMC, relativos a la competencia de *“supervisión y control en materia de mercado de la comunicación audiovisual”*, señalan que corresponde a la CNMC: *“6. Vigilar el cumplimiento de la misión de servicio público encomendada a los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal, así como la adecuación de los recursos públicos asignados para ello, de acuerdo con lo dispuesto en el título III de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual”* y *“7. Supervisar y controlar el cumplimiento por los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal de lo establecido en materia de ingresos procedentes de comunicaciones comerciales en la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española”*. *“10. Controlar y supervisar el cumplimiento de las obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito estatal, de conformidad con el título VI de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual”*.

Por otra parte, el apartado 14 del artículo 9 de la LCNMC, señala que corresponde a esta Comisión *“supervisar la adecuación de los contenidos y comunicaciones comerciales audiovisuales con el ordenamiento vigente y con los códigos de autorregulación y correulación, en los términos establecidos en el artículo 15 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual”*.

Por tanto, de conformidad con todo lo anterior, esta Comisión es competente para conocer las circunstancias del caso concreto y la conveniencia o no de iniciar el procedimiento, dado que el mismo se encuadra en el control del cumplimiento del prestador público de lo establecido en materia de ingresos



precedentes de comunicaciones comerciales en la LFTVE y en las misiones de servicio público de CRTVE, así como del control del cumplimiento de las obligaciones en materia de comunicaciones comerciales.

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. – Marco jurídico**

El canal de televisión LA 1 se emite en España por el prestador CRTVE, establecido en España, según consta en el Registro de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual<sup>12</sup>, por lo que, de conformidad con la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual<sup>13</sup> y la LGCA, está sometido a la supervisión de esta Comisión.

El artículo 69.3 de LGCA establece que *“La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisará el cumplimiento de la misión de servicio público encomendada a la Corporación de Radio y Televisión Española y la adecuación de los recursos públicos asignados, en los términos previstos en la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.”*

En este sentido, el artículo 7.2 de la LFRTVE recoge que:

*“Se autoriza a la Corporación de Radio y Televisión Española, SA, a realizar las siguientes actividades:*

---

<sup>12</sup> Regulado en el Real Decreto 1138/2023, de 19 de diciembre, por el que se regulan el Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual, de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y de prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual y el procedimiento de comunicación previa de inicio de actividad.

<sup>13</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX%3A32018L1808>

*a) Comunicaciones comerciales audiovisuales excluidas del cómputo del límite cuantitativo recogidas en el artículo 137.2.a), b), c), d), e), f), g) e i) de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.*

*b) Emisión de programas y retransmisiones deportivas y culturales con contrato de patrocinio u otras formas de comunicación comercial asociadas a dichos patrocinios, que se enmarquen dentro de la misión de servicio público de la Corporación de Radio y Televisión Española, S.A., y limitados a la financiación de su adquisición o producción.*

*c) Comunicaciones comerciales audiovisuales procedentes de la explotación del servicio de comunicación audiovisual en el ámbito internacional.*

*d) Explotación de los contenidos en el ámbito digital.”*

### **III. ANÁLISIS DEL CARÁCTER CULTURAL DEL PROGRAMA GRAND PRIX**

En el ejercicio de las facultades de control y supervisión determinadas en el artículo 9 de la LCNMC se ha procedido a analizar la posible consideración del programa GRAND PRIX, como programa cultural.

El artículo 7.1 de la LFRTVE señala las formas en las que la CRTVE y sus sociedades prestadoras del servicio podrán obtener ingresos, por los servicios que presten y por el ejercicio de sus actividades, siempre y cuando, entre otros, los ingresos no procedan de actividades de publicidad. No obstante, la propia ley señala unas excepciones.

En este sentido el artículo 7.2 de la LFRTVE señala las condiciones de financiación a través de ingresos procedentes de ciertas actividades de publicidad.

Así, esta ley, en su artículo 7.2 a) permite la emisión de patrocinios, al tratarse de una figura exenta de cómputo, de conformidad con el artículo 137 LGCA. Por otra parte, el artículo 7.2.b) autoriza a la CRTVE a la emisión de programas y retransmisiones deportivas y culturales con contrato de patrocinio u otras formas de comunicación comercial asociados a dichos patrocinios, que se enmarquen dentro de la misión de servicio público de esta Corporación, y limitados a la financiación de su adquisición y producción.

En el presente caso, UTECA denuncia que el programa GRAND PRIX no es un programa cultural y, por tanto, no ampararía la emisión de otras formas de comunicación comercial asociadas a los patrocinadores del programa. UTECA basa esta declaración en el sistema de calificación de programas de la empresa

KANTAR MEDIA<sup>14</sup> y en la sentencia de la Audiencia Nacional, 5016/2018, de 9 de octubre de 2018, que, según afirma, negaba el carácter cultural al programa MASTERCHEF.

Además, en su escrito de 3 de octubre de 2023, UTECA realiza las siguientes conclusiones:

*“...en este expediente no se analiza qué debe entenderse con carácter general por cultura, o por programa cultural, sino que debe analizarse si los ingresos publicitarios generados por los episodios emitidos este verano del programa “El Grand Prix” están amparados, o no, por la excepción establecida en el artículo 7.2.b) de la LFRTVE, y de acuerdo con las alegaciones anteriores entendemos que no lo están ya que:*

- del análisis detallado del contenido del programa “El Gran Prix” queda claro que el contenido cultural, de existir, es mínimo y sin relevancia, y en ningún caso prima sobre cualquier otro, ya que el contenido principal del programa es el de un CONCURSO de HABILIDAD*

- no es un programa cultural según los criterios aplicados por CRTVE, y revisados por la CNMC en sus informes, a la hora de identificar los “programas culturales” que ha emitido CRTVE al objeto de cumplir con su obligación programática de carácter cultural impuesta en el Mandato – marco<sup>15</sup>*

- y tampoco es un programa cultural según los criterios aplicados por Kantar Media, que han sido adoptados y aceptados por CRTVE desde hace más de 30 años*

- el impacto económico que tendría admitir que programas como “El Grand Prix” y similares, de entretenimiento y concursos, con escaso o nulo contenido cultural, están amparados en la excepción del artículo 7.2.b), sería muy superior al previsto por el legislador en su memoria de análisis de impacto normativo (MAIN), que tomó como base la estimación aportada por la propia CRTVE, y llevaría al absurdo de que, por la vía de la excepción, dejara de tener*

---

<sup>14</sup> En este sentido KANTAR MEDIA señala que este programa es de “concurso” y de la especialidad “habilidad”

<sup>15</sup> Mandato-marco a la Corporación RTVE previsto en el artículo 4 de la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal, aprobado por los Plenos del Congreso de los Diputados y del Senado. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2008-11038>

*efecto la prohibición general de obtener ingresos por formulas comerciales sujetas al límite cuantitativo, haciendo que todo el modelo de financiación de CRTVE, y las obligaciones de contribución impuestas a los operadores que competimos con CRTVE justificadas en dicha prohibición general de ingreso publicitario, queden sin sentido.”*

Por otra parte, la CRTVE, en su escrito de 21 de julio de 2023, entiende que las condiciones genéricas que se exigen para que puedan aplicarse las excepciones a la obtención de ingresos procedentes de actividades publicitarias, contempladas en el artículo 7.2.b) LFRTVE, se dan en este caso ya que *“el entretenimiento también puede ser cultura”* por lo que programas de entretenimiento *“también tienen como contenidos destacados la promoción de la cultura española (a modo de ejemplo MASTERCHEF o GRAND PRIX), ya que dedican una buena parte de su emisión a poner en valor aspectos de máxima relevancia de nuestra cultura, como serían el patrimonio artístico, las costumbres y folclores de nuestras diferentes regiones o la gastronomía y productos autóctonos de nuestro territorio (...)* Y del mismo modo, *en el programa GRAND PRIX durante toda su emisión se incardinan diferentes pinceladas sobre numerosos aspectos relativos al patrimonio, costumbres y aspectos culturales más relevantes de nuestros pueblos, contribuyendo de manera innegable a difundir dichos valores”.*

Asimismo, entienden que el programa objeto de reclamación cumpliría con los requisitos que se utilizan por la Dirección General del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales para determinar el carácter cultural de las obras, tanto cinematográficas como audiovisuales, en aplicación de la Orden ECD/2796/2015, de 18 de diciembre. *“Así, para expedir el certificado cultural el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales exige cumplir con la nacionalidad española de la obra y con dos de los requisitos antes mencionados, entre los que se encontrarían, por ejemplo, tener como versión original cualquiera de las lenguas oficiales en España, que su contenido esté ambientado principalmente en España, que el audiovisual permita un mejor conocimiento de la diversidad cultural, social, religiosa, étnica, filosófica o antropológica o que el contenido del audiovisual esté relacionado con asuntos o temáticas que forman parte de la realidad social, cultural o política española, o con incidencia sobre ellos, requisitos todos ellos que sin duda se encuentran entre los contenidos de GRAND PRIX”.* Finalmente, señala que GRAND PRIX, se encontraría dentro de la misión de servicio público en relación con el Mandato-Marco de la CRTVE, previsto en el artículo 4 de la Ley 17/2006, de 5 de junio,

de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal<sup>16</sup> y que las formas publicitarias recogidas en la oferta comercial de CRTVE “*están asociadas y se contratarían de forma conjunta y asociada al patrocinio de los programas.*”

En el documento adjunto de EUROTVE PRODUCCIONES, S.LU, se señala, entre otros, que “*a nivel sociológico, la identificación del espectador con uno de los pueblos participantes, por su afinidad emocional o por sus raíces o sentimiento de pertenencia es también un valor fundamental del programa. Ayuda al conocimiento de España y de sus diversas identidades de una forma lúdica pero no menos importante. Si tenemos en cuenta que el programa va dirigido a un público multigeneracional (...) desde el punto de vista de la tolerancia y la integración a través de los juegos de todo tipo de perfiles (...) A lo largo del programa se habla de cada pueblo a través de los videos grabados en cada localidad y de los testimonios en vivo de los participantes. Se habla de su gastronomía, sus fiestas, su entorno, sus necesidades y del día a día en estos lugares. Es una forma de dar a conocer lugares que necesitan, más que nunca, ser puestos en valor, desde el punto de vista social, cultural y turístico (...) Entre los juegos del programa (...) destacaría, que el juego que determina el ganador final, es un juego claramente intelectual, en el que participan como representantes del pueblo, el alcalde o alcaldesa, un asesor cultural y el invitado-padrino del programa. En este juego se menciona cada día al Diccionario de Real Academia Española, ésta sola mención, en un programa de prime time, tan icónico, es equivalente a todas las labores de marketing que la RAE pudiera hacer en un mes para fomentar su prestigiosa WEB, pero no tan popular entre los jóvenes como debiera. El juego incita a entrar en la aplicación de la RAE y comprobar si la palabra que propone el presentador está o no en el diccionario con la definición correcta*”.

Y, en documento firmado por PATE PRODUCTORES AUDIOVISUALES, también se argumenta el carácter cultural del programa desde otro ámbito:

*“El concepto de Cultura que se maneja en el marco regulatorio europeo se refiere al “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”*

---

<sup>16</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2006-9958>

*“Dentro del REGLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO por el que se establece el programa Europa Creativa (2021 a 2027) (...) cita como uno de los elementos que confiere a las políticas culturales el efecto buscado de diversidad cultural, lograr la circulación transfronteriza de las obras culturales y creativas, en particular de las audiovisuales, hace que lleguen a un público más amplio dentro de la Unión y más allá de sus fronteras (...) Cualquier entretenimiento que pueda mostrar, influir o cambiar los modos de vida o costumbres son parte del legado cultural, dado que no sólo son parte de la creación europea por su formato sino clave cuando trata temas relacionados con la música, la gastronomía o los deportes locales entre otros también el turismo y viajes o la divulgación del conocimiento. Usando como vehículo los formatos y géneros que gozan de una mayor aceptación entre la audiencia, como es el caso del entretenimiento y que abrazan con notable éxito todos estos contenidos (...). Fruto de este acuerdo de esta visión la respuesta de la Secretaría de Estado de Hacienda a la consulta vinculante V2673-22 del pasado 29/12/22 determina que los formatos de entretenimiento son objeto de los incentivos fiscales recogidos en el artículo 36.2 de la Ley de Impuesto de Sociedades, dedicados a la atracción de inversión al sector audiovisual por su carácter cultural”.*

Vistas las argumentaciones de UTECA y de la CRTVE, la inclusión del programa GRAND PRIX en el concepto de “programa cultural” va a depender del criterio que se adopte para su catalogación en cada caso concreto. En este sentido, cabe resaltar que el sistema utilizado por KANTAR MEDIA tiene como propósito facilitar un catálogo primario de los programas, sin que sea óbice para considerar, dentro de este catálogo, que un programa religioso no sea informativo, o que un programa de información no lo sea de deportes o toros, o que un programa de entretenimiento no sea también cultural. Por otra parte, la nueva redacción de la LFRTVE ha supuesto un cambio en el sistema de financiación de la CRTVE por lo que no se puede negar que esto pueda suponer una modificación de los datos económicos de la Corporación, siempre y cuando se cumpla con lo señalado en el artículo 7.2.b) de la citada Ley, es decir que los ingresos generados estén limitados a la financiación de la adquisición o producción, y que los programas y retransmisiones deportivas y culturales se enmarquen dentro de la misión de servicio público.

A este respecto, cabe señalar que no hay una definición legal de “programa cultural”. La RAE define el término “cultura”, como “(3. f.) *Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.*”.

Por otra parte, tal y como ya se señaló en la resolución de 27 de julio de 2023, por el que se rechazaron las medidas provisionales solicitadas por UTECA sobre GRAND PRIX, “*la LGCA no define qué es un programa cultural, ni puede negarse*

*que un programa cultural sea también de entretenimiento ni que un programa de entretenimiento sea al mismo tiempo cultural. Y, por otra parte, la sentencia de la Audiencia Nacional citada, lo que dice es que la presentación de la marca y productos de las bodegas González Byass en el programa MASTERCHEF no fue un acto de divulgación cultural, lo que no afecta a la naturaleza del programa en que se emitió.”*

En este sentido, GRAND PRIX es un programa-concurso de TVE en el que se enfrenta en cada programa a dos pueblos de España en diferentes pruebas de habilidad, destreza, humor, cultura y conocimientos generales. El premio es una cantidad económica destinada a mejorar algún aspecto del pueblo: a realizar una pequeña infraestructura en el pueblo o restaurar un edificio histórico, además de la promoción que se realiza de los pueblos que participan. Asimismo, se constata que la emisión de estos programas se realizó entre las 22:40 y las 01:00 horas, aproximadamente.

A lo largo de esta edición, se dan a conocer los pueblos que participan, con testimonios de sus habitantes y de sus costumbres e imágenes de su arquitectura y entorno. Cuentan con juegos en los que se promueve la cultura general y se incentiva el cálculo matemático y un mayor conocimiento del diccionario español. Incluso los propios juegos o pruebas que se desarrollan a lo largo de los programas de esta edición no dejan de ser una muestra cultural de nuestro tiempo.

Por otra parte, es un programa cuya emisión comenzó hace alrededor de 20 años, que ha tenido mucha repercusión mediática<sup>17</sup>, y que además ha mantenido tanto a su presentador, como a varias de las pruebas eliminatorias, por lo que resulta innegable que forma parte de la cultura audiovisual del país.

En consecuencia, no se puede negar al programa GRAND PRIX un carácter cultural, por lo que su emisión, conforme a la argumentación de UTECA, ampararía la emisión de otras formas de comunicación comercial asociadas a los patrocinadores del programa.

---

<sup>17</sup> [https://www.eldebate.com/cine-tv-series/20230808/porque-exito-audiencias-grand-prix-casi-20-anos-despues\\_132998.html](https://www.eldebate.com/cine-tv-series/20230808/porque-exito-audiencias-grand-prix-casi-20-anos-despues_132998.html)

Por tanto, no resulta necesario la realización de actuaciones complementarias que requieran la actuación de esta Comisión en lo relativo a la cuestión analizada en el presente escrito.

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

## **ACUERDA**

**ÚNICO.** –Archivar las actuaciones por las que se analiza el carácter cultural del programa GRAND PRIX, emitido entre julio y septiembre de 2023, en relación con la denuncia presentada por UTECA contra la CORPORACION DE RADIO Y TELEVISION ESPAÑOLA, S.A

Comuníquese este Acuerdo a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual, publíquese en la página web de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia ([www.cnmc.es](http://www.cnmc.es)) y notifíquese a los siguientes interesados:

CORPORACION DE RADIO Y TELEVISION ESPAÑOLA, S.A.

*UNIÓN DE TELEVISIONES COMERCIALES (UTECA)*

Con este acuerdo se agota la vía administrativa, si bien cabe la interposición de recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.