

ACUERDO POR EL QUE SE ARCHIVA LA DENUNCIA SOBRE EL PROGRAMA “LA REVUELTA” EN RELACIÓN CON LO DISPUESTO EN EL CAPÍTULO IV DEL TÍTULO VI DE LA LEY 13/2022, DE 7 DE JULIO, GENERAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

(IFPA/DTSA/211/24/CRTVE/LA REVUELTA)

CONSEJO. SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Josep Maria Salas Prat

Consejeros

D. Carlos Aguilar Paredes

D.^a María Jesús Martín Martínez

D. Enrique Monasterio Beñaran

Secretaria

D.^a María Angeles Rodríguez Paraja

En Madrid, a 14 de mayo de 2025

Vista la reclamación presentada 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. Reclamación presentada

Con fecha 11 de octubre de 2024 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) una denuncia presentada por la ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC, en lo sucesivo), en relación con la aparición en el programa “LA REVUELTA” del día 7 de octubre de 2024 de una pala gigante de pádel de una determinada marca comercial, con ocasión de la entrevista realizada a un jugador profesional de este deporte.

De acuerdo con lo indicado por AUC, en el transcurso de la entrevista se pudo apreciar perfectamente tanto el nombre de la marca comercial como su logo durante varios segundos y desde varios ángulos. Ello, argumentan, sería contrario a la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (LGCA, en adelante) y a la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española (LFCRTVE).

En primer lugar, consideran que la presentación del producto en los términos indicados es una telepromoción, si bien no se da a conocer el propósito publicitario de la pala de pádel. Estiman que no se cumple con lo regulado sobre esta figura, ni tampoco con lo exigido en cuanto a la identificación y diferenciación de la comunicación comercial y el respeto a la integridad del programa, ambas cuestiones reguladas en la LGCA. Por último, consideran que al no estar señalizada podría incurrir en publicidad encubierta, prohibida expresamente en esta misma norma¹.

En segundo lugar, estiman que el programa ha contravenido el artículo 7 LFCRTVE por tener la CRTVE limitada la posibilidad de emitir comunicaciones comerciales. En este sentido, de entre las comunicaciones comerciales permitidas, no se encuentra la telepromoción, por lo que su emisión estaría prohibida a CRTVE.

Así consideran que: “[...] *el modo en el que se desarrolla esa presencia comercial en pantalla hace que el contenido denunciado no sólo constituya un ilícito por el hecho de emitirse una comunicación comercial audiovisual no permitida, sino que también constituye un ilícito por la naturaleza encubierta de la misma*”.

Segundo. Apertura de un periodo de información previa

Mediante escrito de 15 de octubre de 2024 se comunicó a CRTVE el inicio de un periodo de información previa para analizar las condiciones de la posible emisión

¹ Artículos 130, 136 y 122.3 (Capítulo IV, Título VI) LGCA.

de determinadas comunicaciones comerciales asociadas al programa “LA REVUELTA” emitido en el canal LA 1 el día 7 de octubre de 2024, así como su sujeción, tanto a la LGCA, como a la LFCRTVE, con el fin de valorar la conveniencia o no de iniciar el correspondiente procedimiento administrativo.

Asimismo, en el citado escrito, se requirió a CRTVE determinada información adicional necesaria para el conocimiento y comprobación de los hechos objeto del procedimiento. Por último, se le invitó a formular todas aquellas alegaciones que estimase oportunas.

Tercero. Escrito de contestación por la CRTVE

Con fecha 29 de octubre de 2024 tuvo entrada en el Registro de la CNMC un escrito de contestación al requerimiento de información en el que la CRTVE da respuesta a la información solicitada. Junto con ello, expone todas aquellas alegaciones que considera pertinentes.

Concluye la CRTVE en su escrito que no hay ninguna intención publicitaria en la presentación de la pala de pádel, que se trata de una broma del invitado y que no se produce vulneración alguna de la normativa citada en la denuncia presentada, por lo que solicita su desestimación.

II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

Primero. Habilitación competencial

De conformidad con el artículo 1 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, LCNMC), 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”, “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” y “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 último, el art. 158.15 de la LGCA referido a las infracciones graves, establece que lo serán *“El incumplimiento de las prohibiciones absolutas de determinadas comunicaciones comerciales audiovisuales previstas en los apartados 3 y 4 del artículo 122”*.

Por tanto, de conformidad con todo lo anterior, esta Comisión es competente para conocer las circunstancias del caso concreto, dado que el mismo se encuadra en el control del cumplimiento del prestador público de lo establecido en materia de ingresos procedentes de comunicaciones comerciales en la LFCRTVE 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 aplicable

El canal 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, de Prestadores del Servicio de Intercambio de Vídeos a través de plataforma y de Prestadores del Servicio de Agregación de Servicios de Comunicación Audiovisual² por lo que, de conformidad con la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual³ y la LGCA, están sometidos a la supervisión de esta Comisión.

El artículo 69.3 de la 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*

² <https://teleco.digital.gob.es/RUECAConsultas>

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

Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.”

El artículo 122.3 de la LGCA, relativa a las prohibiciones absolutas de determinadas comunicaciones comerciales audiovisuales, señala que *“se prohíbe la comunicación comercial audiovisual encubierta que, mediante la presentación verbal o visual, directa o indirecta, de bienes, servicios, nombres, marcas o actividades, tenga de manera intencionada un propósito publicitario y pueda inducir al público a error en cuanto a la naturaleza de dicha presentación”*.

El artículo 130 LGCA referido a la telepromoción establece que: *“Se considera telepromoción la comunicación comercial audiovisual en la que el presentador o cualquiera de los participantes del programa, utilizando el escenario, la ambientación y el atrezzo del programa, expone las características de un bien o servicio, de manera que dicho fragmento no puede ser emitido de manera independiente al programa correspondiente.”*

Por último, el artículo 136 LGCA regula la necesaria identificación y diferenciación de la comunicación comercial audiovisual y respeto a la integridad del programa. Así:

“1. La comunicación comercial audiovisual cuyas características de emisión puedan confundir al espectador sobre su carácter publicitario incluirá una sobreimpresión permanente y legible con la indicación «publicidad».

2. La comunicación comercial audiovisual emitida en un servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal observará la debida diferenciación del resto de la programación, sin perjuicio de que se puedan utilizar otras técnicas publicitarias distintas del anuncio publicitario dentro de un programa cumpliendo siempre con los otros preceptos del presente capítulo.

3. La comunicación comercial audiovisual emitida en un servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal respetará la integridad del programa en el que se inserte y de las unidades que lo conforman.”

Por su parte, el artículo 7 de la LFCRTVE, en sus apartados 2 b) y 3, recoge que:

“[...] 2. 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. [...]

3. A los efectos de la presente ley, se entiende por actividades de publicidad y televenta las definidas en el título VI de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual [...]”.

III. VALORACIÓN DE LA DENUNCIA

En el ejercicio de las facultades de control y supervisión determinadas en el artículo 9 de la LCNMC se ha procedido a analizar el contenido denunciado, emitido en el canal LA 1 por el prestador CRTVE con el fin de valorar, tanto el grado de cumplimiento de las obligaciones en materia de comunicaciones comerciales reguladas en los artículos 122.3, 130 y 136 LGCA, como en materia de ingresos procedentes de comunicaciones comerciales y en las misiones de servicio público de CRTVE, en concreto lo establecido en el artículo 7.2 LFCRTVE.

A estos efectos, cabe destacar en primer lugar, que el artículo 121.1 LGCA define comunicación comercial como “[...] *las imágenes o sonidos destinados a promocionar, de manera directa o indirecta, los bienes, servicios o imagen de una persona física o jurídica dedicada a una actividad económica, que acompañan o se incluyen en un programa o en un vídeo generado por el usuario a cambio de una remuneración o contraprestación similar a favor del prestador del servicio de comunicación audiovisual, o bien con fines de autopromoción. La publicidad televisiva, el patrocinio, la televenta y el emplazamiento de producto son, entre otras, formas de comunicación comercial audiovisual*”.

Así, para que el contenido denunciado pudiera contravenir alguna de las obligaciones anteriormente referenciadas, debería quedar acreditada la existencia de un propósito publicitario y, por tanto, su naturaleza de comunicación comercial.

Desde esta perspectiva se ha procedido a analizar el programa “LA REVUELTA” del canal LA 1. De estas actuaciones se ha podido constatar, en primer lugar, que se trata de un programa de entretenimiento, conducido por su presentador y colaboradores en clave de humor, que cuenta con varias secciones y entrevistas. Se emite de lunes a jueves a partir de las 21:40 horas con una duración aproximada de una hora y media.

Se ha podido comprobar, en segundo lugar, que se trata de un programa en el que normalmente los invitados, entre los que se encuentran actores, periodistas,

cantantes, influencers o deportistas, entre otros, acuden al programa abordando las actividades sobre las que están trabajando. Además, es habitual que obsequien al presentador del programa con algún regalo.

El día 7 de octubre de 2024 el programa realizó una entrevista a un jugador profesional de pádel. Antes de iniciarse esta, el invitado indicó al presentador que le había traído un regalo que consistía en la mejor pala de pádel para los jugadores aficionados. Así dijo: *“si no le das con esta pala, no le das con ninguna”*.

De este modo, el regalo fue una pala gigante de una determinada marca comercial que entregó al presentador del programa, provocando las risas del público. Con la pala de pádel en la mano, pudiendo apreciarse claramente su marca y su logo, se desarrolló un diálogo entre ambos, siempre en clave de humor, en el que se destacó que la pala estaba bien recreada, que con ella era muy difícil fallar y que se trataba de la pala que utilizaba anteriormente este jugador.

Después de este intercambio de bromas el presentador quiso saber si, junto con la pala gigante, el invitado le había traído unas palas para jugar al pádel, a lo que le indicó entre risas que no, que no tenía nada más. Tras esta conversación se inició la entrevista.

El artículo 136 LGCA exige la identificación y la diferenciación de las comunicaciones comerciales del contenido del programa con el objetivo de evitar que los espectadores se confundan sobre el carácter publicitario de un determinado contenido. Así, se exige una sobreimpresión permanente y legible con la indicación “publicidad” y deberá mostrarse debidamente separada del resto de la programación.

Sin embargo, los contenidos denunciados no se desarrollaron de la forma indicada en este artículo, por lo que, de tratarse de comunicaciones comerciales podrían incurrir en publicidad encubierta, prohibida en el artículo 122.3 LGCA.

De acuerdo con lo contenido en este artículo, se considera publicidad encubierta aquella que presente de manera visual o verbal, directa o indirecta, bienes o marcas con un intencionado propósito publicitario que induzca a error al público en cuanto a la naturaleza de tal presentación.

Por lo que se refiere a la entrega de la pala de pádel gigante de una determinada marca comercial, resulta indudable que se trata de la presentación directa de un bien o de una marca. Sin embargo, para estimar que se trata de publicidad encubierta además de esa presentación debe analizarse si existe un

intencionado propósito publicitario para lo que se requiere examinar el contexto de esa entrega.

A estos efectos, en primer lugar, se reitera que el programa “LA REVUELTA” es un programa de entrevistas en el que los invitados abordan sus actividades profesionales, por lo que la referencia a las mismas es habitual es este tipo de formatos.

Atendiendo a esta circunstancia, cabe apreciar del desarrollo de la presentación de la pala gigante de pádel y del curso de las conversaciones, siempre en clave de humor, que se trata de una broma que el invitado hace al presentador del programa. Según se indica, éste también juega al pádel, con lo que su enorme tamaño le va a permitir golpear la bola con mayor facilidad.

Junto con ello, teniendo en cuenta que se trata de una pala gigante, no existe a lo largo del diálogo ninguna alusión a las características de la pala a la que esta imita, como su composición, su marca o su diseño ni se destacan aspectos de la misma que la hagan ser más apreciada que otras del mercado. Por el contrario, solo se alude a que, con esa pala será muy difícil no fallar el golpe, sugiriendo claramente que esa mayor facilidad se debe, no a sus características que no se destacan en ningún momento, sino a su tamaño.

Por todo lo indicado, se estima que la presentación de la pala de pádel gigante se hace, por tanto, en el contexto de una broma. Si bien la pala es de una determinada marca, se trata de un modelo que ya no utiliza el invitado al programa. Este carácter divertido de la presentación, el gran tamaño de la pala y el desarrollo del diálogo descrito anteriormente permite entender que no existe un propósito publicitario en los contenidos denunciados.

Al estimar que no existe propósito publicitario, esta Sala concluye que no se estarían incumpliendo los artículos 122.3, 130 y 136 LGCA, ni tampoco se apreciaría una vulneración de la regulación de la LFCRTVE referida a los ingresos procedentes de comunicaciones comerciales y a la misión de servicio público de la CRTVE.

Vistos los citados antecedentes y fundamentos jurídicos, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, en uso de las competencias que tiene atribuidas,

ACUERDA

ÚNICO. Archivar la denuncia recibida contra 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) y notifíquese a:

CORPORACION DE RADIO Y TELEVISION ESPAÑOLA, S.A.

ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN

Con este acuerdo se agota la vía administrativa, si bien cabe 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.