

RESOLUCIÓN DEL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR INCOADO A MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, SA, POR EL PRESUNTO INCUMPLIMIENTO DE LO DISPUESTO EN LOS ARTÍCULOS 14.1 Y 13.2, PÁRRAFO 2.º, DE LA LEY 7/2010, DE 31 DE MARZO, GENERAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.

SNC/DTSA/015/15/MEDIASET

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Eduardo García Matilla

D^a. Clotilde de la Higuera González

D. Diego Rodríguez Rodríguez

D^a. Idoia Zenarrutzabeitia Beldarraín

Secretario de la Sala

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 11 de febrero de 2016

Vista la Propuesta de resolución del instructor, junto con las alegaciones presentadas y el resto de actuaciones practicadas en el expediente sancionador de referencia, la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia acuerda lo siguiente:

ANTECEDENTES DE HECHO

Primero.- Actuaciones previas.

En el ejercicio de las facultades de inspección y supervisión determinadas en el artículo 9 de la Ley 3/2013, de Creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante LCNMC), este organismo constató, a través de la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual, que **MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S. A.**, (en adelante, MEDIASET) en sus canales de televisión **TELECINCO** y **CUATRO** había podido vulnerar lo dispuesto en los artículos 14.1 y 13.2, párrafo 2.º, de la Ley 7/2010, de 31 de Marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante LGCA), al haber superado, durante las horas de reloj y fechas que se indicarán seguidamente, el límite de tiempo de emisión dedicado a mensajes publicitarios y de televenta y el de los anuncios publicitarios dedicados a los propios programas y productos del prestador (folios 1 a 15, 17 a 29, 31 a 51 y 53 a 69).

De un lado, el canal **TELECINCO** incumplió el límite establecido de 12 minutos por hora de reloj en los siguientes días de 2015: 16 de marzo (franja de 17:00 a 18:00 h.), 27 de mayo (franjas 22:00 a 23:00 h.) y 2 de junio (franja 16:00 a 17:00 h.); y el límite de 5 minutos, establecido para las autopromociones, en la franja de 16,00 a 17,00 h. del 24 de marzo de 2015. (Folios 71, 78, 82 y 72)

De otro lado, el canal **CUATRO** incumplió el límite de 12 minutos por hora de reloj, en los siguientes días de 2015: 9 de abril de 2015 (franja de 13:00 a 14:00 h.), 17 de mayo de 2015 (franja de 22:00 a 23:00 h.), 19 de mayo de 2015 (franja de 13:00 a 14:00 h.), 20 de mayo de 2015 (franja de 13:00 a 14:00 h.), 31 de mayo de 2015 (franja de 20:00 a 21:00 h.), 1 de junio de 2015 (franja de 15:00 a 16:00 h.), 2 de junio de 2015 (franja de 15:00 a 16:00 h.) y 8 de junio de 2015 (franja de 15:00 a 16:00 h.). (Folios 73 a 77 y 79 a 81).

Segundo.- Incoación de procedimiento sancionador.

Con fecha 3 de septiembre de 2015, y a la vista del anterior antecedente, la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC acordó la incoación del procedimiento sancionador SNC/DTSA/015/15 a MEDIASET, por el presunto incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 14.1 y artículo 13.2 de la LGCA por las emisiones de sus canales TELE CINCO y CUATRO, al haber superado los límites de tiempo de emisión de mensajes de publicidad y de televenta (12 minutos por hora natural) y de autopromociones (5 minutos por hora natural). (Folios 83 a 88).

El día 4 de septiembre de 2015 le fue notificado a MEDIASET el acuerdo de incoación, concediéndole un plazo de quince días para la presentación de alegaciones, documentos e informaciones y la proposición de pruebas, en su caso. (Folio 90).

Tercero.- Solicitud de actas de visionado y de ampliación de plazo de alegaciones.

Con fecha 16 de septiembre de 2015, MEDIASET presentó escrito de solicitud de actas de visionado y ampliación de plazo para presentar alegaciones. (Folio 91 a 92). En contestación a esta solicitud, con fecha 22 de septiembre de 2015, se le entregó copia de las actas de visionado y se notificó la concesión de una ampliación de plazo por un tiempo máximo de siete días, contados a partir del día siguiente a la recepción de la notificación del presente escrito o desde el término del plazo legalmente establecido para la presentación de alegaciones, documentos o informaciones, conforme a lo establecido en el artículo 49 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre (en adelante, LRJPAC). (Folios 93 a 94).

Cuarto.- Alegaciones al acuerdo de incoación del expediente sancionador.

MEDIASET presentó escrito de alegaciones el 30 de septiembre de 2015 (folios 95 a 100), en el que, además de su desacuerdo con los cómputos de publicidad realizados en cada franja horaria, sucintamente, manifiesta:

- Que, por errores humanos o por razones de las emisiones en directo, se ha emitido publicidad no pautada en varias franjas horarias (presenta diversos pantallazos de su sistema de gestión publicitaria).
- Que en la franja horaria del 24 de marzo, en la emisión de TELECINCO, se le computa como publicidad un espacio de 132 segundos que debe computar como programa.
- Que no ha habido intencionalidad en la comisión de las presuntas infracciones.
- Que se computa como publicidad los “frames publicitarios” o espacios en negro, extendiendo el alcance de la norma sancionadora.

Quinto.- Trámite de audiencia.

Con fecha 3 de noviembre de 2015 fue notificada a MEDIASET la propuesta de resolución formulada por el instructor del procedimiento a los efectos de lo previsto por el artículo 19.1 del Real Decreto 1398/1993, de 4 de agosto, por el que se aprueba el Reglamento del Procedimiento para el Ejercicio de la Potestad Sancionadora (en adelante, Reglamento Sancionador), concediéndole un plazo de quince días para formular alegaciones y presentar los documentos e informaciones adicionales que estimara pertinentes. Asimismo, a la propuesta se acompañó una relación de los documentos obrantes en el procedimiento a fin de que el interesado los conociera y pudiera obtener las copias de los que estimase conveniente. (Folios 101 a 116 y 118).

En la propuesta de resolución notificada a MEDIASET se propone declarar a dicho operador responsable de la comisión de doce infracciones administrativas de carácter leve por haber superado en las emisiones nacionales de los canales TELECINCO y CUATRO los límites de tiempo de emisión dedicados a mensajes publicitarios del artículo 14.1 de la LGCA.

Asimismo, en la mencionada propuesta de resolución y en aplicación de los artículos 59.2, 58.6 y 60 de la LGCA y 131.3 de la LRJPAC, se propone imponer a MEDIASET, doce multas por importe total de 154.546 €.

Sexto.- Alegaciones MEDIASET al trámite de audiencia.

En fecha 20 de noviembre de 2015, MEDIASET presentó alegaciones a la propuesta de resolución (folios 119 a 126) por las que solicita que se declare que MEDIASET no es responsable por la presunta infracción, la no imposición de sanción o, al menos, de importe inferior al propuesto.

En síntesis, las alegaciones son las siguientes:

- Inexistencia de la infracción atribuida del artículo 13.2 de la LGCA, ya que la emisión del 24.3.15 de TELECINCO en la franja de 16:00 a 17:00 horas no debe considerarse publicidad sino como programa.
- Concurrencia de un error humano y técnico en 11 de los 12 casos de presuntas infracciones del artículo 14.1 de la LGCA, que ocasionó un exceso de tiempo publicitario cuya duración, en cualquier caso, fue inferior a la contabilizada en la propuesta de resolución.
- Improcedencia y falta de proporcionalidad de la sanción propuesta, considerando el exceso publicitario real cometido, la falta de intencionalidad de MEDIASET y la ausencia de beneficio para la presunta infractora.

Séptimo.- Finalización de la Instrucción y elevación del expediente a la Secretaría del Consejo.

Por medio de escrito de fecha 23 de noviembre de 2015, el Instructor ha remitido a la Secretaría del consejo de la CNMC la Propuesta de Resolución junto con el resto de documentos y alegaciones que conforman el expediente administrativo, debidamente numerado, en los términos previstos en el artículo 19.3 del Reglamento Sancionador.

Octavo.- Informe de la Sala de Competencia.

En cumplimiento de lo establecido en el artículo 21.1 de la LCNMC, la Sala de Competencia de esta Comisión emitió informe en su sesión de 4 de febrero 2016 sobre el presente procedimiento sancionador. (Folio 130)

HECHOS PROBADOS

De acuerdo con el conjunto de actuaciones practicadas en este procedimiento, se consideran probados los hechos siguientes:

- Respecto del canal TELECINCO

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
16/03/2015	17:00:00 a 18:00:00	12 minutos y 29 segundos	Nacional
27/05/2015	22:00:00 a 23:00:00	13 minutos y 11 segundos	Nacional
02/06/2015	16:00:00 a 17:00:00	13 minutos y 29 segundos	Nacional

HORAS DE RELOJ QUE INCUMPLEN EL LÍMITE DE AUTOPROMOCIÓN (Art. 13.2, párrafo segundo, de la Ley 7/2010)			
Fecha	Horas de reloj	Autopromoción computada	Ámbito
24/03/2015	16:00:00 a 17:00:00	6 minutos y 51 segundos	Nacional

- Respecto del canal CUATRO

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
09/04/2015	13:00:00 a 14:00:00	13 minutos y 06 segundos	Nacional
17/05/2015	22:00:00 a 23:00:00	12 minutos y 33 segundos	Nacional
19/05/2015	13:00:00 a 14:00:00	12 minutos y 40 segundos	Nacional
20/05/2015	13:00:00 a 14:00:00	12 minutos y 39 segundos	Nacional
31/05/2015	20:00:00 a 21:00:00	13 minutos y 29 segundos	Nacional
01/06/2015	15:00:00 a 16:00:00	13 minutos y 23 segundos	Nacional
02/06/2015	15:00:00 a 16:00:00	12 minutos y 46 segundos	Nacional
08/06/2015	15:00:00 a 16:00:00	12 minutos y 39 segundos	Nacional

PRIMERO.- Exceso de publicidad emitida por TELECINCO el día 16 de marzo de 2015 (franja de 17:00 a 18:00 h).

En un principio y de acuerdo con el Acta de Visionado (folios 12 y 13) de 11 de mayo de 2015, se contabilizó un exceso de publicidad computable de 29 segundos con respecto al límite de 12 minutos por hora natural.

No obstante, tanto en su escrito inicial de alegaciones de fecha de 30 de septiembre de 2015 (folios 95 a 99) como en sus alegaciones al trámite de audiencia, de 20 de noviembre de 2015 (folios 120 a 122), MEDIASET advirtió la existencia de distintos errores de cómputo de los bloques publicitarios por los que se consideró un exceso de 29 segundos en lugar de considerarlo por 7 segundos.

Tras un nuevo visionado y comprobación exhaustiva de las grabaciones, en la Propuesta de Resolución (folio 108) se inadmiten los excesos de cómputo alegados declarándose que el exceso publicitario es de 29 segundos y no de 7 segundos.

El hecho ha sido probado a través de:

- la documental contenida en las actuaciones previas realizadas por personal técnico de la CNMC: (i) acta de visionado donde se identifica el canal, fecha, franja horaria (concretada en horas, minutos y segundos), ámbito territorial de emisiones y 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 3º), la autopromoción (art. 13.2, párrafo 2º) y los conceptos no computables (folios 15 y 16); y (ii) grabaciones soporte de las emisiones de la franja horaria con impresión de la hora de emisión en la que se detecta el exceso y se acompaña de archivo en el que consta la fecha, hora de emisión y duración de la grabación - del presente procedimiento sancionador (folio 71).

- el reconocimiento de los hechos por la propia sociedad según se desprende de sus alegaciones referidas a la programación de la emisión de las telepromociones y los errores técnicos y humanos que alteraron dicha programación. (fundamentalmente, folios 95 y 121).

SEGUNDO.- Exceso de publicidad emitida por TELECINCO el día 27 de mayo de 2015 (franja de 22:00 a 23:00 h).

En un principio y de acuerdo con el Acta de Visionado (folios 50 y 51) de 25 de junio de 2015, se contabilizó un exceso de publicidad computable de 71 segundos con respecto al límite de 12 minutos por hora natural.

No obstante, tanto en su escrito inicial de alegaciones de fecha de 30 de septiembre de 2015 (folios 95 a 99) como en sus alegaciones al trámite de audiencia, de 20 de noviembre de 2015 (folios 120 a 122), MEDIASET advirtió la existencia de distintos errores de cómputo de los bloques publicitarios por los que se consideró un exceso de 71 segundos en lugar de considerarlo por 55 segundos.

Tras un nuevo visionado y comprobación exhaustiva de las grabaciones, en la Propuesta de Resolución (folio 108) se inadmiten los excesos de cómputo alegados declarándose que el exceso publicitario es de 71 segundos y no de 55 segundos.

El hecho ha sido probado a través de:

- la documental contenida en las actuaciones previas realizadas por personal técnico de la CNMC: (i) acta de visionado donde se identifica el canal, fecha, franja horaria (concretada en horas, minutos y segundos), ámbito territorial de emisiones y 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 3º), la autopromoción (art. 13.2, párrafo 2º) y los conceptos no computables (folios 50 y 51); y (ii) grabaciones soporte de las emisiones de la franja horaria con impresión de la hora de emisión en la que se detecta el exceso y se acompaña de archivo en el que consta la fecha, hora de emisión y duración de la grabación - del presente procedimiento sancionador (folio 78).
- el reconocimiento de los hechos por la propia sociedad según se desprende de sus alegaciones referidas a la programación de la emisión de las telepromociones y los errores técnicos y humanos que alteraron dicha programación. (fundamentalmente, folios 96 y 121).

TERCERO.- Exceso de publicidad emitida por TELECINCO el día 2 de junio de 2015 (franja de 16:00 a 17:00 h).

En un principio y de acuerdo con el Acta de Visionado (folios 64 y 65) de 15 de julio de 2015, se contabilizó un exceso de publicidad computable de 89 segundos con respecto al límite de 12 minutos por hora natural.

No obstante, tanto en su escrito inicial de alegaciones de fecha de 30 de septiembre de 2015 (folios 95 a 99) como en sus alegaciones al trámite de audiencia, de 20 de noviembre de 2015 (folios 120 a 122), MEDIASET advirtió la existencia de distintos errores de cómputo de los bloques publicitarios por los que se consideró un exceso de 89 segundos en lugar de considerarlo por 76 segundos.

Tras un nuevo visionado y comprobación exhaustiva de las grabaciones, conforme a los motivos expuestos en la Propuesta de Resolución (folio 108) por los que se inadmiten las justificaciones de los excesos y sobre la base del acta de visionado, se declara probado un exceso de 89 segundos y no de 76 segundos.

El hecho ha sido probado a través de:

- la documental contenida en las actuaciones previas realizadas por personal técnico de la CNMC: (i) acta de visionado donde se identifica el canal, fecha, franja horaria (concretada en horas, minutos y segundos), ámbito territorial de emisiones y 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 3º), la autopromoción (art. 13.2, párrafo 2º) y los conceptos no computables (folios 68 y 69); y (ii) grabaciones soporte de las emisiones de la franja horaria con impresión de la hora de emisión en la que se detecta el exceso y se acompaña de archivo en el que consta la fecha, hora de emisión y duración de la grabación - del presente procedimiento sancionador (folio 82).
- el reconocimiento de los hechos por la propia sociedad según se desprende de sus alegaciones referidas a la programación de la emisión de las telepromociones y los errores técnicos y humanos que alteraron dicha programación. (fundamentalmente, folios 96 y 121).

CUARTO.- Exceso de autopromoción emitida por TELECINCO el día 24 de marzo de 2015 (franja de 16:00 a 17:00 h).

En un principio y de acuerdo con el Acta de Visionado (folios 14 y 15) de 25 de mayo de 2015, se contabilizó un exceso del tiempo dedicado a la autopromoción de 111 segundos con respecto al límite de 5 minutos por hora natural.

No obstante, tanto en su escrito inicial de alegaciones de fecha de 30 de septiembre de 2015 (folio 98) como en sus alegaciones al trámite de audiencia, de 20 de noviembre de 2015 (folio 120), MEDIASET señaló que se contabilizó como autopromoción la emisión de unas escenas de una serie (“Aquí paz y después gloria”) que por su duración y características debía computar como programa y no como autopromoción. En consecuencia, se consideró un exceso que no ha existido si al cálculo del tiempo de emisión de autopromoción en la franja horaria en cuestión se le restan 132 segundos.

Tras un nuevo visionado y comprobación exhaustiva de las grabaciones, conforme a los motivos expuestos en la Propuesta de Resolución (folio 109) por los que se inadmiten las justificaciones de los excesos y sobre la base del acta de visionado, se declara probado un exceso de 111 segundos.

El hecho ha sido probado a través de:

- la documental contenida en las actuaciones previas realizadas por personal técnico de la CNMC: (i) acta de visionado donde se identifica el canal, fecha, franja horaria (concretada en horas, minutos y segundos), ámbito territorial de emisiones y 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 3º), la autopromoción (art. 13.2, párrafo 2º) y los conceptos no computables (folios 14 y 15); y (ii) grabaciones soporte de las emisiones de la franja horaria con impresión de la hora de emisión en la que se detecta el exceso y se acompaña de archivo en el que consta la fecha, hora de emisión y duración de la grabación - del presente procedimiento sancionador (folio 72).
- el reconocimiento de haber emitido el espacio “Aquí paz y después gloria” según se desprende de sus alegaciones referidas a los motivos por los que considera que no debía considerarse el espacio como autopromoción sino como programa de televisión. (fundamentalmente, folios 98 y 120).

QUINTO.- Exceso de publicidad emitida por CUATRO el día 9 de abril de 2015 (franja de 13:00 a 14:00 h).

En un principio y de acuerdo con el Acta de Visionado (folio 29), se contabilizó un exceso de publicidad computable de 66 segundos con respecto al límite de 12 minutos por hora natural.

No obstante, tanto en su escrito inicial de alegaciones de fecha de 30 de septiembre de 2015 (folios 95 a 99) como en sus alegaciones al trámite de audiencia, de 20 de noviembre de 2015 (folios 120 a 122), MEDIASET advirtió la existencia de distintos errores de cómputo de los bloques publicitarios por los

que se consideró un exceso de 66 segundos en lugar de considerarlo por 55 segundos.

Tras un nuevo visionado y comprobación exhaustiva de las grabaciones, conforme a los motivos expuestos en la Propuesta de Resolución (folio 108) por los que se inadmiten las justificaciones de los excesos y sobre la base del acta de visionado, se declara probado un exceso de 66 segundos y no de 55 segundos.

El hecho ha sido probado a través de:

- la documental contenida en las actuaciones previas realizadas por personal técnico de la CNMC: (i) acta de visionado donde se identifica el canal, fecha, franja horaria (concretada en horas, minutos y segundos), ámbito territorial de emisiones y 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 3º), la autopromoción (art. 13.2, párrafo 2º) y los conceptos no computables (folio 29); y (ii) grabaciones soporte de las emisiones de la franja horaria con impresión de la hora de emisión en la que se detecta el exceso y se acompaña de archivo en el que consta la fecha, hora de emisión y duración de la grabación - del presente procedimiento sancionador (folio 73).
- el reconocimiento de los hechos por la propia sociedad según se desprende de sus alegaciones referidas al error humano por el que se emitió una telepromoción no prevista para esa franja horaria. (fundamentalmente, folios 96 y 121).

SEXTO.- Exceso de publicidad emitida por CUATRO el día 17 de mayo de 2015 (franja de 22:00 a 23:00 h).

En un principio y de acuerdo con el Acta de Visionado (folios 42 y 43) de 22 de junio de 2015, se contabilizó un exceso de publicidad computable de 33 segundos con respecto al límite de 12 minutos por hora natural.

No obstante, tanto en su escrito inicial de alegaciones de fecha de 30 de septiembre de 2015 (folios 95 a 99) como en sus alegaciones al trámite de audiencia, de 20 de noviembre de 2015 (folios 120 a 122), MEDIASET advirtió la existencia de distintos errores de cómputo de los bloques publicitarios por los que se consideró un exceso de 33 segundos en lugar de considerarlo por 25 segundos.

Tras un nuevo visionado y comprobación exhaustiva de las grabaciones, conforme a los motivos expuestos en la Propuesta de Resolución (folio 108) por los que se inadmiten las justificaciones de los excesos y sobre la base del acta de visionado, se declara probado un exceso de 33 segundos y no de 25 segundos.

El hecho ha sido probado a través de:

- la documental contenida en las actuaciones previas realizadas por personal técnico de la CNMC: (i) acta de visionado donde se identifica el canal, fecha, franja horaria (concretada en horas, minutos y segundos), ámbito territorial de emisiones y 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 3º), la autopromoción (art. 13.2, párrafo 2º) y los conceptos no computables (folios 42 y 43); y (ii) grabaciones soporte de las emisiones de la franja horaria con impresión de la hora de emisión en la que se detecta el exceso y se acompaña de archivo en el que consta la fecha, hora de emisión y duración de la grabación - del presente procedimiento sancionador (folio 74).
- el reconocimiento de los hechos por la propia sociedad según se desprende de sus alegaciones referidas a la programación de la emisión de las telepromociones y los errores técnicos y humanos que alteraron dicha programación. (fundamentalmente, folios 96 y 121).

SÉPTIMO.- Exceso de publicidad emitida por CUATRO el día 19 de mayo de 2015 (franja de 13:00 a 14:00 h).

En un principio y de acuerdo con el Acta de Visionado (folios 44 y 45) de 22 de junio de 2015, se contabilizó un exceso de publicidad computable de 40 segundos con respecto al límite de 12 minutos por hora natural.

No obstante, tanto en su escrito inicial de alegaciones de fecha de 30 de septiembre de 2015 (folios 95 a 99) como en sus alegaciones al trámite de audiencia, de 20 de noviembre de 2015 (folios 120 a 122), MEDIASET advirtió la existencia de distintos errores de cómputo de los bloques publicitarios por los que se consideró un exceso de 40 segundos en lugar de considerarlo por 34 segundos.

Tras un nuevo visionado y comprobación exhaustiva de las grabaciones, conforme a los motivos expuestos en la Propuesta de Resolución (folio 108) por los que se inadmiten las justificaciones de los excesos y sobre la base del acta de visionado, se declara probado un exceso de 40 segundos y no de 34 segundos.

El hecho ha sido probado a través de:

- la documental contenida en las actuaciones previas realizadas por personal técnico de la CNMC: (i) acta de visionado donde se identifica el canal, fecha, franja horaria (concretada en horas, minutos y segundos), ámbito territorial de emisiones y 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 3º), la autopromoción (art. 13.2, párrafo 2º) y los conceptos no computables (folios 44 y 45); y (ii) grabaciones soporte de las emisiones de la franja horaria con impresión de la hora de emisión en la que se detecta el exceso y se acompaña de archivo en el que consta la fecha, hora de emisión y duración de la grabación - del presente procedimiento sancionador (folio 75).

- el reconocimiento de los hechos por la propia sociedad según se desprende de sus alegaciones referidas a la programación de la emisión de las telepromociones y los errores técnicos y humanos que alteraron dicha programación. (fundamentalmente, folios 96 y 121).

OCTAVO.- Exceso de publicidad emitida por CUATRO el día 20 de mayo de 2015 (franja de 13:00 a 14:00 h).

En un principio y de acuerdo con el Acta de Visionado (folios 46 y 46) de 22 de junio de 2015, se contabilizó un exceso de publicidad computable de 39 segundos con respecto al límite de 12 minutos por hora natural.

No obstante, tanto en su escrito inicial de alegaciones de fecha de 30 de septiembre de 2015 (folios 95 a 99) como en sus alegaciones al trámite de audiencia, de 20 de noviembre de 2015 (folios 120 a 122), MEDIASET advirtió la existencia de distintos errores de cómputo de los bloques publicitarios por los que se consideró un exceso de 39 segundos en lugar de considerarlo por 23 segundos.

Tras un nuevo visionado y comprobación exhaustiva de las grabaciones, conforme a los motivos expuestos en la Propuesta de Resolución (folio 108) por los que se inadmiten las justificaciones de los excesos y sobre la base del acta de visionado, se declara probado un exceso de 39 segundos y no de 23 segundos.

El hecho ha sido probado a través de:

- la documental contenida en las actuaciones previas realizadas por personal técnico de la CNMC: (i) acta de visionado donde se identifica el canal, fecha, franja horaria (concretada en horas, minutos y segundos), ámbito territorial de emisiones y 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 3º), la autopromoción (art. 13.2, párrafo 2º) y los conceptos no computables (folios 46 y 47); y (ii) grabaciones soporte de las emisiones de la franja horaria con impresión de la hora de emisión en la que se detecta el exceso y se acompaña de archivo en el que consta la fecha, hora de emisión y duración de la grabación - del presente procedimiento sancionador (folio 76).

- el reconocimiento de los hechos por la propia sociedad según se desprende de sus alegaciones referidas a la programación de la emisión de las telepromociones y los errores técnicos y humanos que alteraron dicha programación. (fundamentalmente, folios 97 y 121).

NOVENO.- Exceso de publicidad emitida por CUATRO el día 31 de mayo de 2015 (franja de 20:00 a 21:00 h).

En un principio y de acuerdo con el Acta de Visionado (folios 48 y 49) de 22 de junio de 2015, se contabilizó un exceso de publicidad computable de 89 segundos con respecto al límite de 12 minutos por hora natural.

No obstante, tanto en su escrito inicial de alegaciones de fecha de 30 de septiembre de 2015 (folios 95 a 99) como en sus alegaciones al trámite de audiencia, de 20 de noviembre de 2015 (folios 120 a 122), MEDIASET advirtió la existencia de distintos errores de cómputo de los bloques publicitarios por los que se consideró un exceso de 89 segundos en lugar de considerarlo por 71 segundos.

Tras un nuevo visionado y comprobación exhaustiva de las grabaciones, conforme a los motivos expuestos en la Propuesta de Resolución (folio 108) por los que se inadmiten las justificaciones de los excesos y sobre la base del acta de visionado, se declara probado un exceso de 89 segundos y no de 71 segundos.

El hecho ha sido probado a través de:

- la documental contenida en las actuaciones previas realizadas por personal técnico de la CNMC: (i) acta de visionado donde se identifica el canal, fecha, franja horaria (concretada en horas, minutos y segundos), ámbito territorial de emisiones y 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 3º), la autopromoción (art. 13.2, párrafo 2º) y los conceptos no computables (folios 48 y 49); y (ii) grabaciones soporte de las emisiones de la franja horaria con impresión de la hora de emisión en la que se detecta el exceso y se acompaña de archivo en el que consta la fecha, hora de emisión y duración de la grabación - del presente procedimiento sancionador (folio 77).
- el reconocimiento de los hechos por la propia sociedad según se desprende de sus alegaciones referidas a la programación de la emisión de las telepromociones y los errores técnicos y humanos que alteraron dicha programación. (fundamentalmente, folios 97 y 121).

DÉCIMO.- Exceso de publicidad emitida por CUATRO el día 1 de junio de 2015 (franja de 15:00 a 16:00 h).

En un principio y de acuerdo con el Acta de Visionado (folios 62 y 63) de 15 de julio de 2015, se contabilizó un exceso de publicidad computable de 83 segundos con respecto al límite de 12 minutos por hora natural.

No obstante, tanto en su escrito inicial de alegaciones de fecha de 30 de septiembre de 2015 (folios 95 a 99) como en sus alegaciones al trámite de audiencia, de 20 de noviembre de 2015 (folios 120 a 122), MEDIASET advirtió la existencia de distintos errores de cómputo de los bloques publicitarios por los que se consideró un exceso de 83 segundos en lugar de considerarlo por 70 segundos.

Tras un nuevo visionado y comprobación exhaustiva de las grabaciones, conforme a los motivos expuestos en la Propuesta de Resolución (folio 108) por los que se inadmiten las justificaciones de los excesos y sobre la base del acta de visionado, se declara probado un exceso de 89 segundos y no de 70 segundos.

El hecho ha sido probado a través de:

- la documental contenida en las actuaciones previas realizadas por personal técnico de la CNMC: (i) acta de visionado donde se identifica el canal, fecha, franja horaria (concretada en horas, minutos y segundos), ámbito territorial de emisiones y 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 3º), la autopromoción (art. 13.2, párrafo 2º) y los conceptos no computables (folios 62 y 63); y (ii) grabaciones soporte de las emisiones de la franja horaria con impresión de la hora de emisión en la que se detecta el exceso y se acompaña de archivo en el que consta la fecha, hora de emisión y duración de la grabación - del presente procedimiento sancionador (folio 79).
- el reconocimiento de los hechos por la propia sociedad según se desprende de sus alegaciones referidas a la programación de la emisión de las telepromociones y los errores técnicos y humanos que alteraron dicha programación. (fundamentalmente, folios 97 y 121).

DECIMOPRIMERO.- Exceso de publicidad emitida por CUATRO el día 2 de junio de 2015 (franja de 15:00 a 16:00 h).

En un principio y de acuerdo con el Acta de Visionado (folios 64 y 65) de 15 de julio de 2015, se contabilizó un exceso de publicidad computable de 46 segundos con respecto al límite de 12 minutos por hora natural.

No obstante, tanto en su escrito inicial de alegaciones de fecha de 30 de septiembre de 2015 (folios 95 a 99) como en sus alegaciones al trámite de audiencia, de 20 de noviembre de 2015 (folios 120 a 122), MEDIASET advirtió la existencia de distintos errores de cómputo de los bloques publicitarios por los que se consideró un exceso de 46 segundos en lugar de considerarlo por 23 segundos.

Tras un nuevo visionado y comprobación exhaustiva de las grabaciones, conforme a los motivos expuestos en la Propuesta de Resolución (folio 108) por los que se inadmiten las justificaciones de los excesos y sobre la base del acta de visionado, se declara probado un exceso de 46 segundos y no de 23 segundos.

El hecho ha sido probado a través de:

- la documental contenida en las actuaciones previas realizadas por personal técnico de la CNMC: (i) acta de visionado donde se identifica el canal, fecha, franja horaria (concretada en horas, minutos y segundos), ámbito territorial de emisiones y 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 3º), la autopromoción (art. 13.2, párrafo 2º) y los conceptos no computables (folios 64 y 65); y (ii) grabaciones soporte de las emisiones de la franja horaria con impresión de la hora de emisión en la que se detecta el exceso y se acompaña de archivo en el que consta la fecha, hora de emisión y duración de la grabación - del presente procedimiento sancionador (folio 80).
- el reconocimiento de los hechos por la propia sociedad según se desprende de sus alegaciones referidas a la programación de la emisión de las telepromociones y los errores técnicos y humanos que alteraron dicha programación. (fundamentalmente, folios 97 y 121).

DECIMOSEGUNDO.- Exceso de publicidad emitida por CUATRO el día 8 de junio de 2015 (franja de 15:00 a 16:00 h).

En un principio y de acuerdo con el Acta de Visionado (folios 66 y 67) de 16 de julio de 2015, se contabilizó un exceso de publicidad computable de 39 segundos con respecto al límite de 12 minutos por hora natural.

No obstante, tanto en su escrito inicial de alegaciones de fecha de 30 de septiembre de 2015 (folios 95 a 99) como en sus alegaciones al trámite de audiencia, de 20 de noviembre de 2015 (folios 120 a 122), MEDIASET advirtió la existencia de distintos errores de cómputo de los bloques publicitarios por los que se consideró un exceso de 39 segundos en lugar de considerarlo por 29 segundos.

Tras un nuevo visionado y comprobación exhaustiva de las grabaciones, conforme a los motivos expuestos en la Propuesta de Resolución (folio 108) por los que se inadmiten las justificaciones de los excesos y sobre la base del acta de visionado, se declara probado un exceso de 39 segundos y no de 29 segundos.

El hecho ha sido probado a través de:

- la documental contenida en las actuaciones previas realizadas por personal técnico de la CNMC: (i) acta de visionado donde se identifica el canal, fecha, franja horaria (concretada en horas, minutos y segundos), ámbito territorial de emisiones y 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 3º), la autopromoción (art. 13.2, párrafo 2º) y los conceptos no computables (folios 66 y 67); y (ii) grabaciones soporte de las emisiones de la franja horaria con impresión de la hora de emisión en la que se detecta el exceso y se acompaña de archivo en el que consta la fecha, hora de emisión y duración de la grabación - del presente procedimiento sancionador (folio 81).
- el reconocimiento de los hechos por la propia sociedad según se desprende de sus alegaciones referidas a la programación de la emisión de las telepromociones y los errores técnicos y humanos que alteraron dicha programación. (fundamentalmente, folios 97 a 98 y 121).

A los anteriores hechos le son de aplicación los siguientes:

FUNDAMENTOS DE DERECHO

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

El artículo 29.1 de la LCNMC, señala que la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (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. La resolución de dichos procedimientos corresponde a la Sala de Supervisión regulatoria de la CNMC, tal y como prevén el artículo 14.1.b) de su Estatuto Orgánico y los artículos 9, 27 y 29.1 de la LCNMC.

Asimismo, son de aplicación al presente procedimiento, la LRJPAC; el Reglamento Sancionador; la LGCA; el Real Decreto 1632/2011, de 14 de

noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la LGCA; la LCNMC, y demás disposiciones de aplicación.

II.- Tipificación de los hechos: incumplimiento del límite de tiempo de emisión por hora de reloj dedicado a la publicidad y a la autopromoción.

2.1. Consideraciones generales

MEDIASET, como prestador del servicio de comunicación audiovisual está sujeto a lo establecido en el artículo 14.1 de la LGCA, donde se prevé lo siguiente:

“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.”

También está sujeto MEDIASET a lo establecido en el artículo 13.2 de la LGCA, que establece lo siguiente:

“Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a emitir programas que informen sobre su programación o anuncios de sus propios programas y los productos accesorios derivados directamente de dichos programas.

Estos programas y anuncios no se considerarán comunicación comercial a los efectos de esta Ley. No obstante, para la comunicación audiovisual televisiva, el tiempo dedicado a los anuncios publicitarios sobre sus propios programas y productos no podrá superar los 5 minutos por hora de reloj y sus contenidos estarán sujetos a las obligaciones y prohibiciones establecidas con carácter general para la publicidad comercial.”

En consecuencia, MEDIASET resulta obligado, como prestador del servicio de comunicación audiovisual, según determinan los artículos 13.2 y 14.1 de la LGCA, a no exceder de 5 minutos por hora de reloj en la emisión de anuncios de autopromoción ni a exceder de 12 minutos por hora de reloj en la emisión de mensajes publicitarios.

2.2. Cumplimiento de los requisitos del ilícito

Como se ha expuesto, tras emplear el principal sistema de identificación y comprobación utilizado para la determinación de los hechos infractores (visionado de las cintas de grabación de las emisiones y su posterior plasmación en Actas de Visionado) que obran en el expediente, analizar las alegaciones de MEDIASET y comprobar la restante documentación que obra en el expediente, han quedado acreditados los siguientes excesos publicitarios expuestos anteriormente en los Hechos Probados, añadiéndose los datos correspondientes a la audiencia media y cuota de pantalla:

HORAS DE RELOJ QUE INCUMPLEN EL LÍMITE DE 12 MINUTOS (Art. 14.1 de la Ley 7/2010)						
Canal	Fecha	Horas de reloj	Publicidad computada	Ámbito	AM (en miles)	Cuota
TELECINCO	16/03/2015	17:00:00 a 18:00:00	12 minutos y 29 segundos	Nacional	1.869	4,15
TELECINCO	27/05/2015	22:00:00 a 23:00:00	13 minutos y 11 segundos	Nacional	2.162	4,80
TELECINCO	02/06/2015	16:00:00 a 17:00:00	13 minutos y 29 segundos	Nacional	1.446	3,21
CUATRO	09/04/2015	13:00:00 a 14:00:00	13 minutos y 06 segundos	Nacional	704	1,56
CUATRO	17/05/2015	22:00:00 a 23:00:00	12 minutos y 33 segundos	Nacional	942	2,09
CUATRO	19/05/2015	13:00:00 a 14:00:00	12 minutos y 40 segundos	Nacional	739	1,64
CUATRO	20/05/2015	13:00:00 a 14:00:00	12 minutos y 39 segundos	Nacional	691	1,53
CUATRO	31/05/2015	20:00:00 a 21:00:00	13 minutos y 29 segundos	Nacional	651	1,45
CUATRO	01/06/2015	15:00:00 a 16:00:00	13 minutos y 23 segundos	Nacional	1.198	2,66
CUATRO	02/06/2015	15:00:00 a 16:00:00	12 minutos y 46 segundos	Nacional	1.155	2,57
CUATRO	08/06/2015	15:00:00 a 16:00:00	12 minutos y 39 segundos	Nacional	1.196	2,66

HORAS DE RELOJ QUE INCUMPLEN EL LÍMITE DE AUTOPROMOCIÓN (Art. 13.2, párrafo segundo, de la Ley 7/2010)						
Canal	Fecha	Horas de reloj	Publicidad computada	Ámbito	AM (en miles)	Cuota
TELECINCO	24/03/2015	16:00:00 a 17:00:00	6 minutos y 51 segundos	Nacional	1.833	4,07

En consecuencia, conforme a lo dispuesto en el artículo 59.2, en relación con los artículos 13.2 y 14.1 de la LGCA, los Hechos Probados Primero a Decimosegundo del presente procedimiento constituyen doce infracciones administrativas de carácter leve.

III. Responsabilidad de la infracción.

Con carácter general, MEDIASET es responsable de los contenidos que emite, a efectos del procedimiento administrativo sancionador y en aplicación de lo establecido en el art. 61 de la LGCA. 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 televisión.

El sector audiovisual, un sector altamente especializado en el que MEDIASET, como prestador, cuenta con expertos profesionales que deben poner la máxima diligencia en el cumplimiento de la normativa. Cualquier fallo técnico, humano o de otra índole, debe poder ser evitado o en su caso, corregido o subsanado por el propio operador quien debe poner todos los medios necesarios para cumplir con sus obligaciones legales, fin que debe prevalecer frente a los intereses del mercado publicitario y de autopromoción de sus contenidos, por lo que es su obligación ajustar la emisión de publicidad y autopromoción a los límites marcados por la Ley.

Los diversos errores que pudieran alegarse como causantes de los incumplimientos no resultan aceptables por cuanto el prestador es el responsable de la emisión de programas y publicidad, y como tal, dispuso de la oportunidad de subsanarlos o evitarlos.

En todo caso, el prestador de servicios de comunicación audiovisual 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 respecto de los cuales no hubiera tenido un margen de maniobra suficiente para subsanar o evitar los efectos que dichos sucesos pudieran tener, 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 prestador del servicio 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.

Vistas las alegaciones, y tras el visionado de las grabaciones y el contenido de los documentos incorporados a las presentes actuaciones, se considera probada la responsabilidad directa de MEDIASET en la comisión de las infracciones objeto del presente procedimiento sin que se aprecie circunstancia alguna modificativa de la responsabilidad. En consecuencia, aun cuando no haya existido intencionalidad por parte de MEDIASET en los excesos del límite temporal de emisión de mensajes publicitarios y de autopromoción en los días y franjas horarias señaladas, es responsable de la comisión de infracciones administrativas tipificadas en el artículo 59.2 de la LGCA, en relación con los artículos 14.1 y 13.2 de la misma Ley.

IV. Análisis de las alegaciones efectuadas por MEDIASET en relación con los hechos imputados.

Las alegaciones de MEDIASET al acuerdo de incoación y a la propuesta de resolución son en esencia coincidentes.

4.1. En relación con las infracciones del artículo 14.1 de la LGCA.

Señala MEDIASET, además de los errores de cómputo por haberse considerado espacios en negro dentro del cómputo del tiempo de emisión de publicidad, que los excesos en el tiempo de emisión de anuncios publicitarios se debieron a errores técnicos y humanos puntuales a pesar de que la programación inicial de las telepromociones y los anuncios era correcta. Añade que los errores son mínimos considerando la totalidad de franjas horarias emitidas en el periodo investigado. En virtud de los anteriores motivos, considera que los errores deben ser considerados como razonables sin que proceda imponer sanción alguna.

En relación con los errores de cómputo calificados por MEDIASET como “negros” y no computables, debe recordarse conforme se ha venido apuntando por esta Comisión en la resolución de anteriores procedimientos sancionadores incoados a MEDIASET por esta misma infracción, que en todas las actas de visionado la publicidad computa en el límite de los 12 minutos por hora natural desde que comienza el corte publicitario hasta el comienzo o reanudación del programa, descontando los elementos no computables o computables a otros efectos. En consecuencia, siempre se consideran los espacios en negro entre

anuncios a efectos de su cómputo como publicidad. Así lo ha confirmado la Audiencia Nacional en sus Sentencias dictadas por la Sección Tercera en los procedimientos ordinarios 643/2001, de 12-06-2003, y 378/2002, de 04-11-2003: *“el art. 13 de la Ley 25/1994 se refiere a tiempos totales de emisión de publicidad y tiempo de emisión dedicado a la publicidad, con lo que hace referencia al período de tiempo correspondiente a dicha emisión al margen de la forma en que se emita, de manera que el cómputo ha de realizarse por bloques, desde que se inicia hasta que finaliza tal emisión de publicidad, sin que quepa el descuento de los espacios entre anuncios o en negro”*. En esta misma línea, la sentencia 126/2014, de 14 de abril de 2014, del Juzgado Central de lo Contencioso Administrativo n.º 5, a cuyo tenor: *“Criterio avalado por la AN en distintas sentencias, las cuales determinan que los cómputos de los tiempos de publicidad se realizan de modo conjunto, por lo que los frames se incluyen en el total del tiempo dedicado a publicidad aunque no tenga propiamente contenido publicitario”*.

En cuanto a las razones aducidas relativas a los errores técnicos y humanos que explican los excesos emitidos, no pueden tenerse en consideración. Tanto la actividad de planificación de publicidad como de emisión en directo, forman parte de la actividad normal del prestador del servicio. Pero donde pesa el deber de control es sobre la emisión de publicidad y cualquier exceso emitido supone una negligencia en su actuación, tal y como se ha apuntado en el anterior Fundamento.

Por otra parte, refiriéndose a distintas emisiones, señala que se habían programado dos telepromociones de 45 segundos pero que por distintos motivos su emisión se alargó o, también, que se habían programado telepromociones de duración superior a 2 minutos pero que por distintos motivos su emisión se acortó.

Al respecto, conviene recordar que para que una telepromoción sea excluida del cómputo de los 12 minutos, *“el mensaje individual de la telepromoción debe tener una duración claramente superior a la de un mensaje publicitario (...)”*, según lo establece el párrafo tercero del art. 14.1 de la LGCA. Y el artículo 9.1 del 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 (en adelante RD 1624/2011), establece que *“A los efectos de lo dispuesto en el artículo 14 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, se considerará que la telepromoción tiene una duración claramente superior a la de un mensaje publicitario siempre que supere los 2 minutos.”* Y en cuanto a emitir dos telepromociones de forma sucesiva, también debe recordarse¹ que lo que admite la LGCA es que en un espacio de

¹ De conformidad con lo expuesto en el FD 3.2 de la Resolución del procedimiento sancionador incoado a Mediaset España Comunicación, SA, por el presunto incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 14.1 de la LGCA (SNC/DTSA/010/15).

telepromoción se incluya la promoción de más de un bien o servicio cuando éstos sean complementarios y pertenezcan al mismo anunciante.

Por lo tanto, toda telepromoción emitida en los días y franjas horarias objeto del presente procedimiento con una duración inferior a dos minutos, se ha computado correctamente dentro del límite de los 12 minutos por hora de reloj de emisión de mensajes publicitarios.

Por último, en cuanto al incumplimiento mínimo que señala MEDIASET considerando todas las franjas horarias emitidas durante el periodo investigado, conviene recordar que esta Comisión está sujeta a lo que prevé la Ley y, al respecto, la normativa aplicable no excluye de responsabilidad por este motivo sino que sanciona cualquier exceso de emisión. Cuestión distinta, es que se tenga en cuenta a efectos del cuantificar la sanción. Recuérdese que la regulación de la publicidad está concebida como un instrumento de protección del consumidor frente a la emisión de mensajes publicitarios en la que se encomienda al prestador del servicio de comunicación audiovisual que ponga todos los medios necesarios para cumplir con sus obligaciones legales, y, en particular, para evitar concentraciones publicitarias excesivas, con el fin de garantizar los derechos de los usuarios del servicio de televisión en los términos determinados por la norma.

4.2. En relación con la infracción del artículo 13.2 de la LGCA.

MEDIASET señala que se ha computado como publicidad un espacio de 152 segundos con imágenes de la serie “Aquí paz y después gloria” que por duración –superior al que se refiere el art. 4.a) del RD 1624/2011-, conexión de las escenas emitidas en dicho espacio y ubicación, debe computar como programa y no como publicidad.

El artículo 4.a) del RD 1624/2011 establece que computan en el límite de 5 minutos por hora de reloj finado en el artículo 13 de la LGCA: *“Los avances de programación, donde se informa a los telespectadores, a través de trailers u otras técnicas audiovisuales publicitarias o promocionales, de los próximos programas o paquetes de programación que se van a emitir en cualquiera de los canales cuya responsabilidad editorial compete al mismo prestador del servicio de comunicación audiovisual.”*

De conformidad con lo anterior y en el mismo sentido que lo expuesto en la Propuesta de Resolución, el espacio se compone de un *tráiler* sobre una serie que se estrena ese día por la noche en ese canal, que se emite dentro del bloque publicitario, sin carteles de entrada o de finalización y no consta individualizado en la parrilla de programas de ese día. En consecuencia, se debe confirmar que se computó correctamente como autopromoción suponiendo un exceso de 111 segundos en el límite de 5 minutos por hora natural para la emisión de autopromociones.

V.- Cuantificación de la sanción.

La contravención de las obligaciones y prohibiciones establecidas en el artículo 14.1, se calificarán como infracciones leves cuando el exceso sea inferior al veinte por ciento de lo permitido, conforme a lo dispuesto en el art. 59.2 en relación con el 58.6 de la citada Ley. También se considera leve la contravención de las obligaciones impuestas en el artículo 13.2, párrafo segundo, de la LGCA, conforme a lo dispuesto en el art. 59.2 de la misma Ley.

De conformidad con el art. 60.3 de la LGCA, las infracciones leves serán sancionadas con multa de hasta 100.000 €, según lo dispuesto en el art. 60.3 de la citada Ley.

Valoradas las circunstancias concurrentes, en la graduación de las sanciones a imponer se han tenido en cuenta los criterios legales establecidos en los artículos 131.3 de la LRJPAC y 60.4 de la LGCA, tales como la repercusión social en función del canal y de la franja horaria de emisión (número de telespectadores), la duración de la publicidad en lo que al exceso legal se refiere y el beneficio económico que la conducta infractora puede haber reportado al operador, atenuando prudentemente este último criterio para el caso de las autopromociones, en las que el beneficio económico obtenido por el prestador del servicio es indirecto y no tiene una relación directa con sus tarifas.

Considerando las circunstancias arriba indicadas, atendiendo principalmente a la audiencia media afectada en función de los excesos de tiempo en la publicidad emitida, en la siguiente tabla se efectúa detalladamente la cuantificación de las sanciones por cada infracción cometida:

HORAS DE RELOJ QUE INCUMPLEN LOS LÍMITES DE 12 Y 5 MINUTOS (Art. 14.1 y 13.2, pár. 2.º, de la Ley 7/2010) Y AUDIENCIA MEDIA OBTENIDA (en miles de personas)							
Canal	Fecha	Horas de reloj	Tipo infracción	Extralimitación de tiempo, en segundos	Ámbito	AM(en miles)	Sanción
ELECINCO	16/03/2015	17:00:00 a 18:00:00	Leve	29	Nacional	1.869	11.017,00 €
ELECINCO	27/05/2015	22:00:00 a 23:00:00	Leve	71	Nacional	2.162	22.040,00 €
ELECINCO	02/06/2015	16:00:00 a 17:00:00	Leve	89	Nacional	1.446	19.284,00 €
CUATRO	09/04/2015	13:00:00 a 14:00:00	Leve	66	Nacional	704	10.148,00 €
CUATRO	17/05/2015	22:00:00 a 23:00:00	Leve	33	Nacional	942	8.448,00 €
CUATRO	19/05/2015	13:00:00 a 14:00:00	Leve	40	Nacional	739	8.280,00 €
CUATRO	20/05/2015	13:00:00 a 14:00:00	Leve	46	Nacional	691	8.519,00 €
CUATRO	31/05/2015	20:00:00 a 21:00:00	Leve	39	Nacional	651	7.827,00 €
CUATRO	01/06/2015	15:00:00 a 16:00:00	Leve	89	Nacional	1.198	16.837,00 €
CUATRO	02/06/2015	15:00:00 a 16:00:00	Leve	83	Nacional	1.155	15.665,00 €
CUATRO	08/06/2015	15:00:00 a 16:00:00	Leve	39	Nacional	1.196	10.187,00 €
ELECINCO	24/03/2015	16:00:00 a 17:00:00	Leve	111	Nacional	1.833	16.294,00 €
TOTAL SANCIONES PROPUESTAS							154.546,00 €

Vistos los antecedentes de hecho, hechos probados y fundamentos de derecho anteriores, la Sala de Supervisión Regulatoria,

RESUELVE

PRIMERO.- Declarar a MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S. A., responsable editorial de los canales de televisión TELECINCO y CUATRO, responsable de la comisión de once (11) infracciones administrativas de carácter leve del artículo 59.2 de la LGCA, al haber superado en dichos canales los límites de tiempo de emisión dedicados a los mensajes publicitarios establecidos en el artículo 14.1 de la LGCA, en las fechas y horas naturales que se indican a continuación:

HORAS DE RELOJ QUE INCUMPLEN EL LÍMITE DE 12 MINUTOS EN EMISIONES NACIONALES				
Canal	Fecha	Horas de reloj	Publicidad computada	ART. LGCA INFRINGIDO
TELECINCO	16/03/2015	17:00:00 a 18:00:00	12 minutos y 29 segundos	14.1
TELECINCO	27/05/2015	22:00:00 a 23:00:00	13 minutos y 11 segundos	14.1
TELECINCO	02/06/2015	16:00:00 a 17:00:00	13 minutos y 29 segundos	14.1
CUATRO	09/04/2015	13:00:00 a 14:00:00	13 minutos y 06 segundos	14.1
CUATRO	17/05/2015	22:00:00 a 23:00:00	12 minutos y 33 segundos	14.1
CUATRO	19/05/2015	13:00:00 a 14:00:00	12 minutos y 40 segundos	14.1
CUATRO	20/05/2015	13:00:00 a 14:00:00	12 minutos y 39 segundos	14.1
CUATRO	31/05/2015	20:00:00 a 21:00:00	13 minutos y 29 segundos	14.1
CUATRO	01/06/2015	15:00:00 a 16:00:00	13 minutos y 23 segundos	14.1
CUATRO	02/06/2015	15:00:00 a 16:00:00	12 minutos y 46 segundos	14.1
CUATRO	08/06/2015	15:00:00 a 16:00:00	12 minutos y 39 segundos	14.1

SEGUNDO.- Declarar a MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S. A., responsable editorial del canal de televisión TELECINCO, responsable de la comisión de una (1) infracción administrativa de carácter leve del artículo 59.2 de la LGCA, al haber superado en dicho canal el límite de tiempo de emisión de programas que informen sobre su programación o anuncios de sus programas establecido en el artículo 13.2 de la LGCA, en las fechas y horas naturales que se indican a continuación:

HORAS DE RELOJ QUE INCUMPLEN EL LÍMITE DE 5 MINUTOS DE AUTOPROMOCIÓN				
Canal	Fecha	Horas de reloj	Publicidad computada	ART. LGCA INFRINGIDO
TELECINCO	24/03/2015	16:00:00 a 17:00:00	6 minutos y 51 segundos	13.2

TERCERO.- Imponer a MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S. A., en aplicación de lo dispuesto en los artículos 59.2 y 58.6 de la citada LGCA, y atendiendo a los criterios de graduación establecidos en el artículo 131.3 de la LRJPAC, así como los específicamente indicados en el artículo 60, números 2, 3 y 4, de la LGCA, doce multas por importe total de **154.546 €** (ciento cincuenta y cuatro mil quinientos cuarenta y seis euros), según detalle que figura en el Fundamento de Derecho V de esta resolución.

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.