



Roj: **SAN 1680/2025 - ECLI:ES:AN:2025:1680**

Id Cendoj: **28079230012025100187**

Órgano: **Audiencia Nacional. Sala de lo Contencioso**

Sede: **Madrid**

Sección: **1**

Fecha: **07/04/2025**

Nº de Recurso: **1597/2022**

Nº de Resolución:

Procedimiento: **Procedimiento ordinario**

Ponente: **LUIS HELMUTH MOYA MEYER**

Tipo de Resolución: **Sentencia**

## **AUDIENCIA NACIONAL**

**Sala de lo Contencioso-Administrativo**

### **SECCIÓN PRIMERA**

**Núm. de Recurso: 0001597/2022**

**Tipo de Recurso: PROCEDIMIENTO ORDINARIO**

**Núm. Registro General: 13608/2022**

**Demandante: CORPORACION DE RADIO Y TELEVISION ESPAÑOLA SA, S.M.E.**

**Procurador: ROBERTO DE HOYOS MENCIA**

**Demandado: COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA**

**Abogado Del Estado**

**Ponente Ilmo. Sr.: D. LUIS HELMUTH MOYA MEYER**

### **SENTENCIA Nº:**

**Ilma. Sra. Presidente:**

D<sup>a</sup>. BEGOÑA FERNANDEZ DOZAGARAT

**Ilmos. Sres. Magistrados:**

D<sup>a</sup>. NIEVES BUISAN GARCÍA

D. LUIS HELMUTH MOYA MEYER

Madrid, a siete de abril de dos mil veinticinco.

VISTO, por la sección primera de la Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional, el presente recurso interpuesto a nombre de CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S.A. SME, representada por don Roberto de Hoyos Mencía, bajo la dirección letrada de doña Beatriz Blázquez Aparicio, habiéndose personado como parte demandada la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, representada por la Abogacía del Estado, siendo ponente de esta sentencia Helmuth Moya Meyer.

### **ANTECEDENTES DE HECHO**

**PRIMERO.**-Por la parte demandante se interpuso recurso el 15 de septiembre del 2022. Admitido a trámite se reclamó el expediente administrativo.

La parte recurrente formalizó demanda en la que solicitó la anulación de la resolución impugnada, por cuanto la intervención de un anterior concursante del programa Masterchef Celebrity en un capítulo de una nueva



edición del concurso para exponer el proyecto profesional que ha desarrollado a partir de la experiencia y conocimientos obtenidos por su participación en el concurso, forman parte del contenido editorial del programa, que pertenece al género de los *talent shows*. El objetivo de estos programas es apostar por su potencial transformador y demostrar que con entrenamiento, disciplina y el respaldo de profesionales cualificados los candidatos pueden lograr hacer realidad sus proyectos profesionales en el sector de la gastronomía. A estos efectos se invita a ex concursantes que han logrado éxito en sus carreras a acudir al programa y exponer su proyecto empresarial. La presentación de los productos de la ex concursante, conocida como *Amelicious*, esta relacionada con la prueba a ejecutar por los concursantes y pertenecen a la modalidad del *batch cooking*, que consiste en elaborar varias preparaciones en un mismo día, que se envasan para consumirlas luego a lo largo de la semana. Pero no aparecen etiquetas de los productos ni se mencionan marcas. Los comentarios elogiosos de los concursantes son espontáneos. No se pactó contraprestación. En fin, afirma que no existió ninguna intención publicitaria en la presentación de estos productos.

**SEGUNDO.**-De la demanda se dio traslado a la Administración demandada, que contestó a la misma oponiéndose a las pretensiones de la parte actora, y termina por pedir que se desestime la demanda.

Una vez practicada la prueba admitida, las partes presentaron sus respectivos escritos de conclusiones.

**TERCERO.**-Por diligencia de ordenación de 18 de abril del 2023 se declararon conclusas las actuaciones.

La votación y fallo de este asunto se fijó para el 1 de abril del 2025.

**CUARTO.**-Se han observado los preceptos legales que regulan la tramitación del proceso contencioso-administrativo.

## FUNDAMENTOS DE DERECHO

**PRIMERO.**-El recurso contencioso-administrativo se interpone contra la resolución de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, de 14 de abril del 2022, por la que se declara que la demandante cometió una infracción grave de carácter continuada tipificada en el artículo 158.15 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de la Comunicación Audiovisual ( correlativo al artículo 58.8 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo) por divulgación en el canal La 1 de comunicaciones comerciales encubiertas de los productos y marca AMELICIOUS, durante la emisión del programa MASTERCHEF CELEBRITY durante los días 25 y 30 de octubre del 2021, y le impone una multa de 125.581 euros.

**SEGUNDO.**-La resolución administrativa considera que "los contenidos emitidos en el programa de MASTERCHEF CELEBRITY constituye una contravención a lo dispuesto en el artículo 18.2 de la LGCA y el artículo 121.3 de la LGCA de 2022, por haber emitido comunicaciones comerciales audiovisuales encubiertas, con una clara intención publicitaria y promocional de los productos y empresa de Amelicious, sin identificarlos como publicidad, disfrazando todo ello de un contenido informativo, lo que induce a los telespectadores a una confusión o error en cuanto a la naturaleza publicitaria de dichas presentaciones".

En el acta de visionado de los programas se destaca que se hizo una presentación pormenorizada de las propiedades de cada producto y actividades para las que su consumo se recomendaba, se calificaban los productos como *saludables* y se subrayaba la comodidad que aportaba la línea de *batch cooking*, se indicaba la forma de adquisición online de los productos (la dirección de correo electrónico fue mencionada a lo largo de la intervención de Amelicious) y la forma de entrega de los mismos, mostrando en algunos planos los productos, que eran identificables pese a no poder leerse sus etiquetas, dedicando a esta presentación case tres minutos, que discurrió entre loas de los presentadores y vítores de los concursantes.

**TERCERO.**-El artículo 58.8 de la Ley General de la Comunicación Audiovisual del 2010 dispone:

"La emisión de comunicaciones comerciales encubiertas, que utilicen técnicas subliminales, que fomenten comportamientos nocivos para la salud en los términos establecidos en el apartado 3 del artículo 18, que fomenten comportamientos nocivos para el medio ambiente o para la seguridad de las personas, o que sean de naturaleza política, salvo los casos de excepción legal, o que incurran en las prohibiciones establecidas en la normativa de publicidad".

A su vez el artículo 18.2 prohíbe la comunicación comercial encubierta y la que utilice técnicas subliminales.

La comunicación comercial encubierta es definida en el artículo 2.32 como "la presentación verbal o visual, directa o indirecta, de los bienes, servicios, nombre, marca o actividades de un productor de mercancías o un prestador de servicios en programas de televisión, distinta del emplazamiento del producto, en que tal presentación tenga, de manera intencionada por parte del prestador del servicio de comunicación audiovisual, un propósito publicitario y pueda inducir al público a error en cuanto a la naturaleza de dicha presentación.



Esta presentación se considerará intencionada, en particular, si se hace a cambio de contraprestación a favor del prestador de servicio".

Luego hay una tipificación concreta y precisa la conducta reprochada y una definición clara de lo que se considera una comunicación comercial encubierta. No hay un problema de tipicidad como se argumenta en la demanda, sino de valoración de la prueba. Debe determinarse si hubo propósito publicitario en la presentación de los productos de *Ameliciouso* la misma era necesaria para desarrollar el contenido editorial del programa.

**CUARTO.**-Tras un análisis de las pruebas obrantes en el expediente llegamos a la conclusión de que la presentación de los productos de *Amelicioussi* obedeció a un propósito publicitario y sí constituye una comunicación comercial encubierta.

Si bien la presentación del proyecto empresarial de la ex concursante podría ser pertinente e integrar el contenido editorial del programa, destinado a promover a personas exitosas dentro del sector de la gastronomía, la individualización de los productos, describiendo con detalle sus propiedades y usos recomendados, mostrando imágenes de la presentación del producto que facilitan su identificación, la forma de adquisición del mismo, todo ello entre loas y exclamaciones elogiosas proferidas por jurados y concursantes, e integrado dentro del normal discurrir del programa, son reveladores de un propósito comercial.

La entrevista a la ex concursante no se centra en el proyecto empresarial y la forma de su desarrollo, sino en la presentación del producto. No se informa sobre las características propias de la empresa creada, proceso de concepción de la idea empresarial, estudio de mercado, fuentes de financiación, proveedores, políticas de la empresa y otros aspectos relevantes que puedan ayudar a los concursantes a poner en marcha un proyecto empresarial, sino que el protagonista es el producto a cuya compra se induce con mayor o menor éxito al espectador.

El producto es ensalzado de forma reiterada por jurados y concursantes. No se trata de elogios ocasionales ni espontáneos, pues provienen de los jurados que conducen el desarrollo de la entrevista y son ellos quienes remarcan de manera insistente las bondades del producto.

Para identificar un propósito publicitario no es requisito que exista una contraprestación a favor del prestador de servicio de comunicación audiovisual. Esto se considera por el legislador un indicio concluyente del carácter intencionado de la presentación publicitaria. La contraprestación no necesariamente es explícita en muchos casos, sino que es la contrapartida a la intervención del invitado en el programa. Podría decirse, en cambio, que la ausencia de una retribución al invitado por su participación en el programa es un indicio, no concluyente por sí mismo, eso sí, de que es compensado mediante la posibilidad de divulgar la bondad de sus productos.

Huelga por otra parte un análisis del impacto de la publicidad. Se trata de determinar si reunía la comunicación comercial condiciones objetivas para inducir al espectador a la compra de los productos mediante lo que parecía una presentación objetiva de sus bondades entremezclada con el contenido editorial del programa.

En definitiva, concluimos que sí se produjo una comunicación comercial encubierta y se incurrió en la infracción grave que más arriba se describe.

**QUINTO.**-Las costas se imponen al demandante, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 139.1 de la Ley de la Jurisdicción Contencioso-Administrativa.

Vistos los artículos citados y demás de general aplicación, la Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional, sección primera, ha dictado el siguiente

## FALLO

**DESESTIMAMOS** el recurso contencioso-administrativo núm. **1597/2022**, con imposición de costas a la demandante.

A su tiempo devuélvase el expediente administrativo al órgano de procedencia con certificación de esta sentencia de la que se unirá otra a los autos originales.

La presente sentencia es susceptible de recurso de casación que deberá prepararse ante esta Sala en el plazo de 30 días contados desde el siguiente al de su notificación; en el escrito de preparación del recurso deberá acreditarse el cumplimiento de los requisitos establecidos en el artículo 89.2 de la Ley de la Jurisdicción, justificando el interés casacional objetivo que presenta.

Así por esta sentencia, de la que se unirá certificación a los autos, lo pronunciamos, mandamos y firmamos.