

## **RESOLUCIÓN DEL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR INCOADO A ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S. A., POR EL INCUMPLIMIENTO DE LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 122.3 DE LA LEY 13/2022**

(SNC/D TSA/031/25)

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

#### **Presidente**

D. Ángel García Castillejo

#### **Consejeros**

D. Josep Maria Salas Prat

D. Carlos Aguilar Paredes

D<sup>a</sup>. María Jesús Martín Martínez

D. Enrique Monasterio Beñaran

#### **Secretario**

D. Miguel Bordiu García-Ovies

En Barcelona, a 12 de febrero de 2026

Vista la Propuesta de resolución de la instructora, junto con las alegaciones presentadas y el resto de las actuaciones practicadas en el expediente sancionador de referencia, la Sala de Supervisión Regulatoria del Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) con la composición anteriormente expresada y en virtud de la función establecida en el artículo 9.10<sup>1</sup> de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC (LCNMC), la Sala de la Supervisión Regulatoria, ha dictado la siguiente resolución basada en los siguientes:

---

<sup>1</sup> Art. 9.10 de la LCNMC: *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.*

## TABLA DE CONTENIDO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>I. ANTECEDENTES.....</b>  | <b>3</b>  |
| <b>PRIMERO.- Actuaciones previas.....</b>  | <b>3</b>  |
| <b>SEGUNDO.- Acuerdo de incoación de procedimiento sancionador.....</b>  | <b>3</b>  |
| <b>TERCERO.- Traslado del expediente y ampliación del plazo para formular alegaciones.....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>CUARTO.- Alegaciones de ATRESMEDIA al acuerdo de incoación del procedimiento sancionador.....</b>                                   | <b>4</b>  |
| <b>QUINTO. - Propuesta de resolución y trámite de audiencia.....</b>   | <b>6</b>  |
| <b>SEXTO.- Reconocimiento de responsabilidad y pago anticipado de la sanción.....</b>  | <b>7</b>  |
| <b>SÉPTIMO.- Cierre de instrucción y elevación del procedimiento al órgano competente para su resolución.....</b>                      | <b>7</b>  |
| <b>II. HECHOS PROBADOS.....</b>  | <b>7</b>  |
| <b>ACTA DE VISIONADO.....</b>  | <b>7</b>  |
| <b>iii. FUNDAMENTOS JURÍDICOS.....</b>   | <b>12</b> |
| <b>PRIMERO.- Habilitación competencial de la CNMC para resolver el presente procedimiento sancionador y legislación aplicable.....</b> | <b>12</b> |
| <b>SEGUNDO.- Objeto del procedimiento sancionador.....</b>   | <b>13</b> |
| <b>TERCERO.- Tipificación de los hechos probados.....</b>  | <b>13</b> |
| <b>CUARTO.- Respuesta a las alegaciones de ATRESMEDIA.....</b>   | <b>14</b> |
| <b>QUINTO.- Responsabilidad de la infracción.....</b>  | <b>19</b> |
| <b>SEXTO.- Terminación del procedimiento y reducción de la sanción.....</b>  | <b>20</b> |
| <b>RESUELVE.....</b>   | <b>21</b> |

## I. ANTECEDENTES

### PRIMERO.- Actuaciones previas

A la vista del programa JUNTAS CAMBIAMOS ofrecido en el servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición ATRESPLAYER, se acordó de oficio la apertura de un periodo de información previa, con referencia IFPA/D TSA/145/24, en el marco del cual en fecha de 16 de julio de 2024 se requirió a ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S. A. (en adelante, ATRESMEDIA) para que aportase la grabación del programa (folios 1 a 3). Con fecha de 29 de julio de 2024, tuvo entrada en el Registro de esta Comisión el programa requerido junto con un escrito que lo acompañaba (folio 5). Como consecuencia de las comprobaciones realizadas, se levantó un acta de visionado por el personal habilitado para ello (folios 10 a 13).

En el ejercicio de las facultades de inspección y supervisión determinadas en el artículo 9 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, LCNMC), la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual constató que ATRESMEDIA, en su servicio ATRESPLAYER, habría podido vulnerar lo dispuesto en el artículo 122.3 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA).

En el catálogo del servicio ATRESPLAYER figura el programa “JUNTAS CAMBIAMOS”, que, según se indica, es “*Ofrecido por Danacol*”, y en el que se aborda la temática de la menopausia y de los cambios en la salud de las mujeres. En este se producen referencias tanto directas como indirectas a Danacol, que no se identifican como publicidad y que podrían constituir un supuesto de publicidad encubierta, por poderse apreciar un posible propósito publicitario y susceptible de inducir al público a error en cuanto a su naturaleza.

### SEGUNDO.- Acuerdo de incoación de procedimiento sancionador

El 21 de mayo de 2025, y a la vista de estos antecedentes, la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC acordó la incoación del procedimiento sancionador SNC/D TSA/031/25/ATRESMEDIA, al entender que ATRESMEDIA había podido infringir lo dispuesto en el artículo 122.3. de la LGCA por la emisión indicada en el apartado anterior, y cuyo incumplimiento se encuentra tipificado como

infracción administrativa de carácter grave en el artículo 158.15 de la citada Ley. (folios 18 a 25).

El 26 de mayo de 2025 le fue notificado el acuerdo de incoación al interesado, mediante acceso electrónico, en el que se le concedía un plazo de un mes para la presentación de alegaciones, documentos e informaciones, y proponer pruebas, en su caso. Asimismo, se le requirió para que aportase la relación separada de los ingresos obtenidos por el servicio ATRESPLAYER en el mercado audiovisual español durante el ejercicio social 2024, a efectos del cálculo de la eventual sanción que se pudiera imponer.

### **TERCERO.- Traslado del expediente y ampliación del plazo para formular alegaciones**

El 27 de mayo de 2025 se recibió un escrito del representante de ATRESMEDIA, en el que solicitaba el traslado y copia del contenido del expediente administrativo y una ampliación de plazo para la presentación de alegaciones al acuerdo de incoación (folios 32 a 33). En contestación a esta solicitud, mediante escrito de la instrucción de la misma fecha (folio 43), se le dio traslado de la documentación y se le notificó la concesión de una ampliación de plazo por un tiempo máximo de quince días, contados a partir del día siguiente a la recepción de la notificación o desde el término del plazo legalmente establecido para la presentación de alegaciones, documentos o informaciones, conforme a lo establecido en el artículo 32.1 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas (en adelante, LPAC).

### **CUARTO.- Alegaciones de ATRESMEDIA al acuerdo de incoación del procedimiento sancionador**

ATRESMEDIA presentó escrito de alegaciones el 3 de julio de 2025 (folio 54 a 73), mediante escrito en sede electrónica, en el que, en síntesis, manifiesta:

- Que se es suficientemente transparente en la identificación de que el contenido está promovido por la empresa que comercializa Danacol, al informarse en la plataforma que el programa está patrocinado y que es ofrecido por esta. Además, que no se puede apreciar en el contenido ningún tipo de recomendación de compra ni se destacan de ninguna manera beneficios concretos del producto Danacol, y que el objetivo del contenido no es fomentar el consumo de ningún producto, sino promover el conocimiento sobre una realidad médica relevante. Por último, que no se oculta la

participación del producto en el estudio que se menciona en el programa, ni la presentadora disimula la documentación que porta en la mano.

- Por otra parte, se trata de un contenido divulgativo donde en modo alguno se promociona el producto Danacol, por lo que tampoco sería necesario sobreimpresionar la palabra “publicidad”, al no poderse generar confusión al espectador. Tampoco respecto a los contenidos digitales establece la normativa esa necesidad de sobreimpresionar la palabra publicidad de acuerdo con el artículo 20 de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. En estas emisiones, además de las identificaciones precedentes, constan de una etiqueta de contenido “patrocinado” que se muestra al espectador antes de acceder al contenido (una de las etiquetas recomendadas por Autocontrol para la identificación del contenido publicitario en los medios digitales en el Código de conducta sobre el uso de *influencers* en la publicidad), que aparece en la búsqueda por título en la plataforma y en la ficha del programa. Lo mismo se dispone en el nuevo código de conducta de publicidad a través de *influencers* de 2025.
- Que los colores del escenario del programa son muy frecuentes en informaciones, cartelería, envases, y todo tipo de información comercial, y no comercial.
- Se alega que la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual 2018/1808 y los principios del AVMSD buscan evitar una regulación excesiva en el entorno digital bajo demanda, promoviendo un equilibrio entre la protección del espectador y la libertad para desarrollar nuevos formatos publicitarios o contenidos promovidos por empresas privadas, especialmente cuando éstos tienen una finalidad informativa o social, como ocurre en el programa analizado.
- Que los programas “branded content” son una modalidad de contenido audiovisual muy extendida y con un protagonismo creciente que consiste en que marcas anunciantes deciden producir contenidos de entretenimiento que interesen al espectador y con los que la marca se siente particularmente identificada, por los valores que representan, por su interés informativo, etc. No es legalmente un emplazamiento de producto ni un patrocinio porque es la propia marca la que produce los contenidos con un propósito publicitario reconocible. Además, destaca que el formato utilizado se enmarcaría en un estándar consolidado del sector actualmente.

- Respecto de los principios de tipicidad y culpabilidad, sostiene que el contenido está correctamente identificado, lo que excluye el error del espectador. Además, que no existe lesión efectiva ni riesgo para los bienes jurídicos protegidos y que la actuación se realizó bajo una interpretación razonable de la normativa por no hay dolo ni negligencia, conforme al artículo 28 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

## **QUINTO. - Propuesta de resolución y trámite de audiencia**

De conformidad con los artículos 82, 89 y 90 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, con fecha 13 de noviembre de 2025 se notificó a ATRESMEDIA (folio 100) la propuesta de resolución del presente procedimiento sancionador de misma fecha (folios 78 a 99) junto a una relación de los documentos obrantes en el procedimiento tramitado a fin de que, si a su derecho interesase, pudiera obtener copia de los que estime convenientes. Se le otorgó un plazo de 10 días para formular las alegaciones y presentar los documentos e informaciones que estimase pertinentes y se le remitió un formulario de reconocimiento de responsabilidad y pago voluntario de la sanción por el que acogerse a las reducciones previstas en el mencionado artículo 85 de la LPAC.

En la propuesta de resolución el órgano instructor propone lo siguiente:

**PRIMERO.-** *Que se declare a ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S. A., responsable de la comisión de **UNA (1) INFRACCIÓN ADMINISTRATIVA GRAVE DE CARÁCTER CONTINUADO**, por haber emitido, en su plataforma ATRESPLAYER, de ámbito nacional, una comunicación comercial encubierta de “DANACOL”, en el programa “JUNTAS CAMBIAMOS”, que estuvo a disposición del público en el catálogo de ATRESPLAYER sin el indicativo de “publicidad” en la carátula de entrada al contenido, al menos, entre el 16 de julio de 2024 y el 21 de mayo de 2025, lo que supone una vulneración de lo dispuesto en el artículo 122.3 de la LGCA.*

**SEGUNDO.-** *Que se imponga a ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S. A., dos multas por importe global de **262.500,00 €** (doscientos sesenta y dos mil quinientos euros), por la comisión de una infracción grave al artículo 122.3 de la LGCA*

## **SEXTO.- Reconocimiento de responsabilidad y pago anticipado de la sanción**

Con fecha 25 de noviembre de 2025, ATRESMEDIA remitió a esta Comisión escrito por el que reconoce expresamente su responsabilidad en la comisión de la infracción grave imputada, desistiendo de cualquier recurso o acción en vía administrativa, así como su voluntad de pagar anticipadamente la sanción, por lo que solicita la emisión del correspondiente modelo de ingresos no tributarios acogiendo de esta forma a los descuentos previstos en el artículo 85 de la LPAC (folio 102).

Con fecha 26 de noviembre de 2025 la CNMC notificó a ATRESMEDIA la carta de pago Modelo de Ingresos no Tributarios (069) correspondiente a la multa propuesta reducida en un 40% (folios 107 a 109).

Con fecha 11 de diciembre de 2025 se ha realizado el ingreso de ciento cincuenta y siete mil quinientos euros (157.500,00 €) correspondientes a la multa propuesta reducida en un 40%, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 85 de la LPAC (folios 115 a 116).

## **SÉPTIMO.- Cierre de instrucción y elevación del procedimiento al órgano competente para su resolución**

Con fecha 11 de diciembre de 2025 la instructora del procedimiento ha remitido a la Secretaría del Consejo de la CNMC la Propuesta de Resolución junto con el resto de los documentos y alegaciones que conforman el expediente administrativo (folio 117).

## **II. HECHOS PROBADOS**

A consecuencia de los contenidos emitidos en el programa JUNTAS CAMBIAMOS se levantó un acta de visionado (folios 10 a 13), en la que se describen los hechos. A continuación, se reproduce su contenido:

### **ACTA DE VISIONADO**

**Programa:** JUNTAS, CAMBIAMOS

**Franja horaria del programa:** A petición

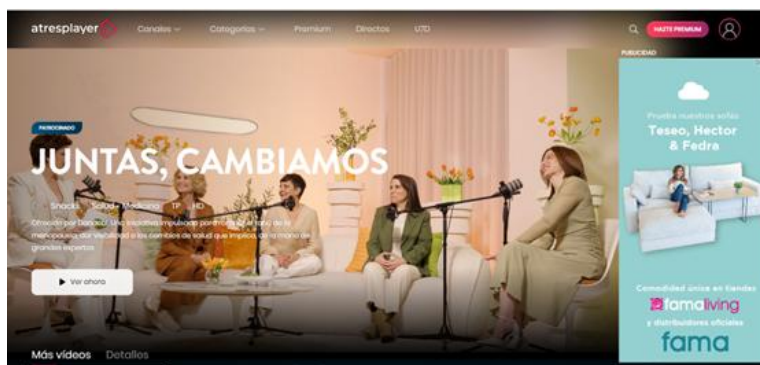
**Canal:** ATRESPLAYER

**Ámbito:** Nacional.

**Calificación: TP**

**Objeto del Acta:** Ley 13/2022, de 7 de julio General de la Comunicación Audiovisual, Art.º 122.3.

- 1- CONTENIDO: “JUNTAS, CAMBIAMOS”** es un programa ofrecido por Danacol, según se indica en la descripción de su contenido en la página web [“https://www.atresplayer.com/snacks/juntas-cambiamos/”](https://www.atresplayer.com/snacks/juntas-cambiamos/). Presentado por D<sup>a</sup>. Cristina Villanueva, el programa aborda la temática de la menopausia y de los cambios en la salud de las mujeres que la misma conlleva.



Durante la emisión de todo el programa, la presentadora sostiene una cuartilla en la que se puede apreciar el logotipo de Danacol.

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <p>00:00:00<br/>a<br/>00:01:36</p> | <p>La presentadora comienza el programa haciendo una introducción en la que aborda la falta de información actual sobre el tema de la menopausia, indicando que hay “desconocimiento de todos los cambios en la salud que conlleva. Y por eso mismo, DANACOL ha puesto en marcha el estudio MENECOL(*). Se ha realizado entre 600 mujeres para analizar su nivel de conocimiento sobre la relación entre menopausia y colesterol a raíz de los cambios hormonales propios de la etapa.”</p> |
| <p>00:01:36<br/>a<br/>00:09:21</p> | <p>A continuación, la presentadora saluda a las colaboradoras con las que va a analizar el tema. Entre todas hacen una introducción de cómo se aborda la menopausia actualmente entre las mujeres, de cuáles son los tabúes, de la falta de información al respecto y de los cambios que se están produciendo en la actualidad relativos a</p>  |


la forma de abordar el tema, no solo por las mujeres sino por la sociedad en general.



Una de las colaboradoras explica cuáles son los síntomas de la menopausia y los principales cambios que se producen en el cuerpo de la mujer, tales como los sofocos, los cambios de humor, el aumento de grasa abdominal o riesgo cardiovascular, entre otros. Después, se inicia un coloquio entre la presentadora y todas las colaboradoras en el que se desarrollan estos temas.

00:09:21  
a  
00:23:32



|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| <p>00:23:32<br/>a<br/>00:33:05</p> | <p>Seguidamente, la presentadora pone el foco en la salud cardiovascular de las mujeres que se encuentran en esta etapa de su vida, y señala que “Dada la alta demanda de información acerca de la menopausia, Danacol ha puesto en marcha ese estudio llamado Menecol. Se ha realizado entre 600 mujeres para analizar el nivel de conocimiento sobre la relación entre menopausia y el aumento de los niveles de colesterol a raíz de los cambios hormonales propios de la etapa. Y el resultado es cuanto menos alarmante, 6 de cada 10 mujeres desconoce la relación directa entre la menopausia y el colesterol con el riesgo que ello conlleva.” Acto seguido, se reanuda el diálogo con las demás colaboradoras en relación con el aumento del riesgo cardiovascular propio de esta etapa de la vida de las mujeres, debido al aumento de los niveles de colesterol. Una de las colaboradoras explica qué es el colesterol y por qué aumentan los niveles del mismo durante la menopausia.</p> <p>Durante este análisis, podemos ver constantemente el logotipo de “Danacol” en la cuartilla que sujeta la presentadora del programa.</p>  |
| <p>00:33:05<br/>a<br/>00:40:49</p> | <p>La presentadora redirige la charla con sus colaboradoras, orientándola hacia el estilo de vida recomendado a las mujeres que se encuentren en esa etapa de su vida, indicándoles cuáles son los hábitos a adoptar, tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la práctica de ejercicio físico: según una de las colaboradoras “...la masa muscular nos va a hacer de gran aliado para los huesos, y también en cierta manera el ejercicio nos ayuda a bajar el colesterol...”.</li> </ul>  |

- cambios en la alimentación: una de las colaboradoras explica los alimentos que las mujeres deben consumir en esta etapa de su vida. Más tarde, la presentadora le pide a esta colaboradora: “Bárbara, para el colesterol específicamente, ¿qué recomiendas?” A lo que la colaboradora responde: “específicamente recomiendo una alimentación antiinflamatoria y cardiosaludable basada en estos productos reales que estábamos diciendo, pues...fruta, verdura, legumbres y cereales integrales y también proteínas, después también recomiendo, nos puede ayudar muchísimo, lácteos enriquecidos en esteroides que nos ayudan a reducir la absorción de colesterol a nivel intestinal, y cómo no, aumentar el consumo de grasas saludables como puede ser el aceite de oliva o los frutos secos”. Después la presentadora le pregunta a la colaboradora que explique lo que son los esteroides. La colaboradora explica lo que son y añade que “los podemos ingerir a través de estos alimentos vegetales que te comentaba, pero también a través de lácteos enriquecidos con esteroles.”



00:40:49  
 a  
 00:42:26

La presentadora pide a sus colaboradoras que den un consejo a las mujeres que se encuentran en esta etapa y despide el programa.

### III. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

#### **PRIMERO.- Habilitación competencial de la CNMC para resolver el presente procedimiento sancionador y legislación aplicable**

Las competencias de la CNMC para intervenir resultan de lo dispuesto en los artículos 9.10 y 29.1 de la LCNMC, que señalan que la CNMC controlará y supervisará el cumplimiento de las obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito estatal, y que ejercerá la potestad de inspección y sanción de acuerdo con lo previsto, entre otros, en el Título VI de la LGCA.

De igual forma, el artículo 153.2 de la LGCA determina que la CNMC *ejercerá como autoridad audiovisual competente de ámbito estatal el control y supervisión de las obligaciones previstas en esta ley*. En la misma línea, el artículo 155.2 de la LGCA, sobre el reparto de competencias sancionadoras, señala que *la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisará y controlará el cumplimiento de lo previsto en esta ley, salvo lo relativo a títulos habilitantes, y ejercerá la potestad sancionadora, de conformidad con lo previsto en la Ley 3/2013, de 4 de junio, respecto de los siguientes prestadores: a) Prestadores del servicio de comunicación audiovisual y de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma inscritos en el Registro estatal de conformidad con el artículo 39 de esta ley*.

Según el artículo 29.2 de la LCNMC, *para el ejercicio de la potestad sancionadora, se garantizará la debida separación funcional entre la fase instructora, que corresponderá al personal de la dirección correspondiente en virtud de la materia, y la resolutoria, que corresponderá al Consejo*. En consecuencia, 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) del Estatuto Orgánico de la CNMC, corresponde a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual, mientras que el órgano competente para resolver es la Sala de Supervisión regulatoria del Consejo de la CNMC, tal y como prevén los artículos 20.2 y 21.2 de la LCNMC y el 14.1.b) de su Estatuto Orgánico.

Respecto de la legislación aplicable, el procedimiento para el ejercicio de la potestad sancionadora se rige por lo establecido en la LCNMC y la LGCA. En particular, el artículo 154.1 de la LGCA dispone que *el procedimiento sancionador en materia audiovisual se regirá por lo establecido en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las*

*Administraciones Públicas, y su desarrollo reglamentario, y por los principios establecidos en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público (en adelante, LRJSP). Ello, sin perjuicio de la aplicación preferente de lo establecido en materia sancionadora en el Título X de la LGCA.*

## **SEGUNDO.- Objeto del procedimiento sancionador**

El objeto del presente procedimiento sancionador consiste en determinar si ATRESMEDIA infringió lo dispuesto en el artículo 122.3 de la LGCA durante la emisión del programa JUNTAS CAMBIAMOS ofrecido en el servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición ATRESPLAYER.

## **TERCERO.- Tipificación de los hechos probados**

El artículo 122 de la LGCA contempla una serie de prohibiciones absolutas aplicables a las comunicaciones comerciales audiovisuales. Su apartado tres recoge la prohibición de emitir publicidad encubierta:

*3. 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 122.3 LGCA protege el derecho de los telespectadores, frente a la emisión de comunicaciones publicitarias no separadas ni desveladas de los contenidos editoriales, lo que les podría inducir a error en cuanto a su naturaleza verdaderamente publicitaria.

El incumplimiento de esta prohibición absoluta se encuentra tipificado como infracción muy grave por el artículo 158.15 de la LGCA:

*Son infracciones graves: 15. El incumplimiento de las prohibiciones absolutas de determinadas comunicaciones comerciales audiovisuales previstas en los apartados 3 y 4 del artículo 122.*

A los hechos expuesto en el apartado anterior, ha de añadirse que los contenidos emitidos en el programa “JUNTAS CAMBIAMOS”, del catálogo de ATRESPLAYER, en las condiciones expuestas, constituye una contravención a lo dispuesto en el artículo 158.15 LGCA, por haber emitido comunicaciones comerciales audiovisuales encubiertas, con una clara intención publicitaria y promocional de DANACOL y sin identificarse como publicidad, con la apariencia de tratarse de un programa divulgativo, lo que induce a los telespectadores a una confusión o error en cuanto a la naturaleza publicitaria de dicha presentación.

El programa “JUNTAS CAMBIAMOS” estuvo a disposición del público en el catálogo de ATRESPLAYER sin el indicativo de “publicidad” en la carátula de entrada al contenido, al menos, entre el 16 de julio de 2024, fecha de la apertura del periodo de información previa, con referencia IFPA/D TSA/145/24, en el marco del cual se requirió a ATRESMEDIA para que aportase la grabación del programa, y el 21 de mayo de 2025, fecha en que se incoó el presente procedimiento, lo que supone una infracción continuada.

ATRESMEDIA ha reconocido la infracción y su responsabilidad en la comisión de esta, por lo que se debe concluir que el prestador ha emitido publicidad encubierta, vulnerando lo previsto en el artículo 122.3 de la LGCA.

#### **CUARTO.- Respuesta a las alegaciones de ATRESMEDIA**

- ATRESMEDIA alega que se es suficientemente transparente en la identificación del patrocinador del programa “JUNTAS CAMBIAMOS” - empresa que comercializa Danacol- al advertirse en la plataforma que el programa está patrocinado y que es ofrecido por esta.

En la página de ATRESPLAYER, para acceder al contenido del programa “JUNTAS CAMBIAMOS”, puede verse una imagen en grande del programa. En la parte superior derecha de la imagen, en fondo azul oscuro, puede leerse “PATROCINADO”, debajo, en letras grandes, el nombre del programa. Más abajo, puede observarse una punta de flecha con las palabras “Snacks – Salud -Medicina – TP - HD” y debajo el texto en dos líneas: “Ofrecido por Danacol. Una iniciativa impulsada para // romper el tabú de la menopausia, dar visibilidad a los...”, tal como se aprecia en la imagen que se muestra a continuación:



Como puede apreciarse, las advertencias, a las que hace mención ATRESMEDIA, resultan poco notorias y, por tanto, insuficientes en el conjunto. Los mensajes de “patrocinado” y el de “ofrecido por” se muestran desvinculados; no se indica quién patrocina el programa; y tampoco se señala que, aunque el programa se ofrezca por DANACOL, vaya a tener un contenido publicitario.

En la actualidad, ATRESPLAYER ha añadido una advertencia de “publicidad” en la parte superior derecha de la imagen del programa.

- ATRESMEDIA alega, asimismo, que no se puede apreciar en el contenido ningún tipo de recomendación de compra ni se destacan de ninguna manera beneficios concretos del producto Danacol y que el objetivo del contenido no es fomentar el consumo de ningún producto, sino promover el conocimiento sobre una realidad médica relevante. Se trataría, en suma, de un programa de carácter divulgativo.

El programa comienza con una explicación de la presentadora sobre el desconocimiento que hay sobre la menopausia y de todos los cambios que provoca en la salud. A continuación, se cita expresamente a DANACOL y su estudio sobre el desconocimiento de 600 mujeres del aumento del colesterol durante la menopausia y hace hincapié en el riesgo que provoca el desconocimiento de la relación que hay entre la menopausia y el aumento

del colesterol. Posteriormente, pasa a presentar a las mujeres que le acompañan en el programa y que van a hablar de la menopausia y de su *“impacto en nuestras vidas”*. Las invitadas hablan de sus experiencias, personales y profesionales, en relación con la menopausia y dos de ellas advierten que el debate se centrará en el influjo de la menopausia sobre el colesterol. Trata lo que es la menopausia, los síntomas, las enfermedades, los cambios físicos y emocionales, etc.

A los 23:33 minutos, desde el comienzo del programa, la presentadora interrumpe la conversación e introduce unas explicaciones sobre el estudio de DANACOL y el desconocimiento de las mujeres sobre el aumento del colesterol durante la menopausia, con los consiguientes riesgos cardiovasculares que acarrea. A partir de este momento, la conversación se centra en el aumento del colesterol y el riesgo cardiovascular, las prácticas recomendadas para disminuirlo y, concretamente, se en la alimentación que debe seguirse. La presentadora pide a una invitada que concrete las prácticas alimenticias y la invitada cita las frutas, las ensaladas y verduras, las proteínas y las grasas. La presentadora insiste: *“Bárbara, para el colesterol, específicamente, ¿qué recomiendas?”* La invitada vuelve a nombrar los alimentos anteriores y añade: *“después, también recomiendo, nos puede ayudar muchísimo, lácteos enriquecidos en esteroides que nos ayudan a reducir la absorción de colesterol a nivel intestinal”* y acaba nombrando las grasas saludables. La presentadora le pregunta qué son los esteroides. La colaboradora explica lo que son y cómo actúan y añade que *“los podemos ingerir a través de estos alimentos vegetales que te comentaba, pero también a través de lácteos enriquecidos con esteroides”*. Y concluye el programa con unas conclusiones generales sobre la menopausia.

A la hora de apreciar la existencia de publicidad encubierta resulta fundamental destacar las siguientes circunstancias:

1º El producto DANACOL se comercializa bajo la idea de que reduce el colesterol y ayuda a mantenerlo en niveles normales.

2º - Los colores pasteles que se han escogido para el escenario del programa, blancos, verdes y naranjas con distintas tonalidades, las paredes y cortinas, los floreros, las flores y hojas, los cojines de las sillas y el sofá y la ropa de las invitadas, se corresponden con los que utiliza DANACOL en su publicidad.

3º - Durante el programa se cita expresamente, en dos ocasiones, el producto DANACOL y el estudio que ha realizado.

4º - Una de las invitadas protagoniza una comunicación comercial de DANACOL; consta unida a los antecedentes del expediente (folio 17).

5º - Durante todo el programa, la presentadora sostiene en la mano unas hojas de papel con las que parece seguir el guion del programa. En numerosas ocasiones puede apreciarse en el lateral izquierdo de la pantalla, el corazón de DANACOL que figura en el reverso de la última página. En el minuto 34:22, mientras la cámara enfoca a las invitadas, que hablan del ejercicio físico, en el lateral izquierdo se ven las hojas de la presentadora y cómo la primera página se traslada al último lugar. El reverso de esta página es blanco; inmediatamente, la mano de la presentadora traslada la hoja anterior con el corazón de DANACOL para que quede en último lugar. De esta manera, puede seguir viéndose el corazón de DANACOL en algunos planos durante el tramo final del programa.

No hay recomendaciones de compra del producto en el programa, ni se citan sus beneficios concretos. Sin embargo, sí se citan los beneficios de los lácteos enriquecidos con esteroides, categoría a la que pertenece DANACOL. La presencia del producto es constante en el programa (citas, invitada, colores y hoja de papel) y el contenido del programa se enfoca en unos efectos adversos concretos de la menopausia (colesterol alto y riesgos cardiovasculares) que palía el producto (reduce el colesterol y lo mantiene a niveles normales). Esta presentación tiene un carácter promocional y por tanto, publicitario al promoverse visual y verbalmente el nombre del producto y sus propiedades. En definitiva, aunque el programa contiene elementos divulgativos existe un elemento promocional encubierto del producto DANACOL.

- Por otra parte, el *“branded content”*, o contenido de marca, es un tipo de contenido basado en la relación que una marca desea establecer con su público por medio de valores y emociones. Básicamente, es una estrategia de marketing que busca conectar con el público a través de contenido de calidad y valores emocionales, en lugar de promocionar directamente productos o servicios.

Este tipo de contenido en la comunicación audiovisual televisiva, cuando se incluye en los programas, debe ser especialmente cuidadoso en cumplir escrupulosamente la LGCA para evitar incurrir en infracciones por publicidad encubierta.

La emisión que se analiza en el presente expediente se presenta como un programa que va a abordar la falta de información actual sobre la menopausia

e indica que hay desconocimiento de todos los cambios en la salud que conlleva, para acabar centrándose en el aumento del colesterol que se produciría con la menopausia, lo que unido a la presencia de DANACOL durante el transcurso del programa, por la mención al producto al comienzo del programa, la presencia de una invitada que ha protagonizado una comunicación comercial de DANACOL, los colores del programa y el cartel en la mano de la presentadora, todo ello mezclado con contenidos divulgativos, produce una promoción del producto que no resulta obvia al telespectador, con lo que traspasa los límites del “*branded content*” para incurrir en un supuesto de publicidad encubierta.

- En cuanto a la alegación de que no resulta necesario sobreimpresionar la palabra “publicidad”, al no poderse generar confusión al espectador por tratarse de un contenido divulgativo, debe señalarse que, conforme se dispone en el artículo 136.1 LGCA, debe insertarse una sobreimpresión legible con la palabra “publicidad”, cuando la comunicación comercial audiovisual contenga unas características de emisión que puedan confundir al espectador sobre su carácter publicitario.

En el presente caso, ya se ha analizado que el programa puede generar confusión al espectador, al tratarse de una promoción subrepticia de DANACOL, lo que se acredita con el hecho de que ATRESMEDIA haya incluido recientemente un rótulo con la palabra “publicidad” junto a la imagen del programa en su plataforma digital.

- También alega ATRESMEDIA que no se oculta la participación del producto en el estudio que se menciona en el programa, que la presentadora no disimula la documentación que porta en la mano y que los colores del escenario del programa se utilizan en numerosa publicidad.

El nombre del producto se menciona al comienzo del programa junto al estudio sobre el desconocimiento que hay del aumento del colesterol con la menopausia. De esta manera, se establece una relación entre el producto y el colesterol. Con ello, se refuerzan las propiedades con que se comercializa el producto (reduce el colesterol y ayuda a mantenerlo en niveles normales) y lo hace presente implícitamente en el programa cuando se habla de aumento del colesterol.

La presentadora muestra un propósito publicitario cuando traslada la página con el corazón de DANACOL en el reverso al último lugar de los folios que porta en la mano, como se ha explicado más arriba. En ningún momento del

programa se menciona la presencia del corazón en el último folio, ni se dan primeros planos de la presentadora con la publicidad de DANACOL en la mano. Las apariciones del corazón de DANACOL en el programa son intermitentes y se producen siempre en el lateral izquierdo de la pantalla en planos medios o largos, ocupando una posición secundaria en las escenas, por lo que no le resulta fácil al telespectador apreciar su presencia, ya que normalmente fija la mirada en la persona que habla.

- ATRESMEDIA incluye en sus alegaciones fotos de dos productos que presentan en sus envoltorios los mismos colores que DANACOL: blanco, verde y naranja. Se trata de dos complementos alimenticios que se venden en farmacias para reducir el colesterol. Así pues, estos tres colores se utilizan para promocionar productos encaminados a reducir el colesterol, y son los que ha elegido el programa para la ambientación.

La combinación de estos elementos, junto al enfoque que toma el programa respecto de la menopausia, determinan la naturaleza promocional y, por tanto, publicitaria del programa.

Por lo que se ha explicado, en este caso se da uno de los requisitos esenciales de la publicidad encubierta, consistente en que el telespectador no sea consciente de que está recibiendo un mensaje publicitario, al mezclarse la publicidad con los contenidos del programa, pudiendo inducirlo a error en cuanto a su naturaleza, sin advertírsele en ningún momento de la emisión del programa que se trata de publicidad.

## **QUINTO.- Responsabilidad de la infracción**

De conformidad con la jurisprudencia recaída en materia de Derecho Administrativo Sancionador<sup>2</sup>, actualmente no se reconoce la responsabilidad objetiva en la comisión de una infracción, sino que se exige el elemento de la culpabilidad, lo que supone que la conducta antijurídica sea imputable a un sujeto pasivo responsable de dicha conducta.

El artículo 28.1 de la LRJSP dispone que *sólo podrán ser sancionadas por hechos constitutivos de infracción administrativa las personas físicas y jurídicas, así como, cuando una Ley les reconozca capacidad de obrar, los grupos de*

---

<sup>2</sup> Entre otras, la STS de 22 de noviembre de 2004 (RJ 2005\20).

*afectados, las uniones y entidades sin personalidad jurídica y los patrimonios independientes o autónomos, que resulten responsables de los mismos a título de dolo o culpa.*

ATRESMEDIA, como prestador del servicio de comunicación audiovisual, resulta responsable de la comisión de la infracción según el 156.1.a), al ser titular del servicio ATRESPLAYER, medio por el que se difundió el programa JUNTAS CAMBIAMOS

Como se ha señalado anteriormente en el Antecedente de Hecho Sexto, ATRESMEDIA ha reconocido expresamente su responsabilidad por el incumplimiento que se le imputa.

## **SEXTO.- Terminación del procedimiento y reducción de la sanción**

En la Propuesta de Resolución mencionada en el Antecedente de Hecho Quinto, se proponía la imposición a ATRESMEDIA de una multa por un total de 262.500,00 € (doscientos sesenta y dos mil quinientos euros), por la comisión de una infracción grave al artículo 158.15 de la LGCA.

En la misma Propuesta de Resolución se indicaba que ATRESMEDIA, como responsable de la infracción, podía reconocer voluntariamente su responsabilidad en los términos establecidos en el artículo 85, y así se ha producido en su escrito remitido el 25 de noviembre de 2025, tal y como consta en el Antecedente de Hecho Sexto.

De conformidad con el artículo 85, apartado 1, de la LPAC, que regula la terminación de los procedimientos sancionadores, el reconocimiento de la responsabilidad permite resolver el presente procedimiento con la imposición de la sanción que proceda, aplicando una reducción del 20% sobre el importe total de la sanción propuesta.

Asimismo, de acuerdo con el apartado 2 del mismo precepto legal, teniendo la sanción únicamente carácter pecuniario, también puede el presunto infractor realizar el pago voluntario de las mismas en cualquier momento anterior a la resolución. El pago voluntario conlleva la aplicación de una reducción adicional del 20% sobre el importe total de la sanción propuesta (artículo 85 de la LPAC, apartado 3). Asimismo, este tercer apartado del artículo 85 de la LPAC condiciona la efectividad de ambas reducciones a la renuncia a la interposición de cualquier acción o recursos ulteriores en vía administrativa.

Así, la acumulación de las dos reducciones antes señaladas conlleva una reducción conjunta del 40% sobre el importe de la sanción disminuyéndose su cuantía hasta los ciento cincuenta y siete mil quinientos euros (157.500,00 €).

Asimismo, de acuerdo con el precitado segundo apartado del artículo 85 de la LPAC, dado que la sanción tiene en este caso únicamente carácter pecuniario, el pago voluntario por el presunto responsable, en cualquier momento anterior a la resolución, implicará la terminación del presente procedimiento.

En este sentido, y como consta en el Antecedente de Hecho Sexto, en fecha 11 de diciembre de 2025 se ha hecho efectivo el ingreso de la sanción propuesta reducida en un 40% en aplicación de lo dispuesto en el artículo 85 de la LPAC.

Al haberse reconocido expresamente la responsabilidad en la comisión de la infracción por parte de ATRESMEDIA, y haberse asimismo realizado el ingreso del importe de la sanción propuesta, según se indicaba en la Propuesta de Resolución, ello determina la aplicación de las reducciones antes señaladas en la cuantía de la multa, y asimismo implica la terminación del procedimiento, de acuerdo con el apartado 2 del artículo 85 de la LPAC, habiendo efectuado también ATRESMEDIA, su renuncia a la interposición de cualquier acción o recurso ulteriores según exige el apartado 3 del mismo artículo 85 de la LPAC.

Vistos los anteriores antecedentes de hecho y fundamentos de derecho, la Sala de Supervisión Regulatoria del Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, como órgano competente para resolver el presente procedimiento sancionador

## RESUELVE

**PRIMERO.-** Declarar la terminación del procedimiento sancionador, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 85 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, en los términos de la Propuesta de Resolución a la que se refiere el Antecedente de Hecho Quinto, en la que se considera acreditada la responsabilidad por la comisión de una infracción de la conducta tipificada como grave por el artículo 158 apartado 15 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual, en relación con el artículo 123.3 de la misma norma, y se propone imponer una sanción pecuniaria a la entidad ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE

MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S. A. de 262.500,00 € (doscientos sesenta y dos mil quinientos euros).

**SEGUNDO.** - Aprobar dos reducciones del 20% sobre el importe de la anteriormente citada sanción, establecidas en el artículo 85, apartado 3, en relación con los apartados 1 y 2, de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas; minorándose la suma de la sanción en un 40% a la cuantía final de ciento cincuenta y siete mil quinientos euros (157.500,00 €), que ya ha sido abonada por la entidad ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S. A.

**TERCERO.** - Declarar que la efectividad de las reducciones de las sanciones queda condicionada en todo caso al desistimiento o renuncia de cualquier acción o recurso en vía administrativa contra las mismas, de acuerdo con lo establecido en el artículo 85, apartado 3, de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual y notifíquese al interesado:

ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S. A.

Con esta Resolución 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.