

La CNMC sanciona a Atresmedia por emitir publicidad encubierta

- El programa, emitido en Atresplayer, estaba promovido por una marca comercial de alimentación, pero no se identificó adecuadamente su carácter publicitario.

Madrid, 25 de febrero de 2026.- La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha sancionado a Atresmedia por la emisión de publicidad encubierta en el programa “Juntas cambiamos”, difundido a través de su servicio de comunicación audiovisual a petición Atresplayer. La infracción se produjo, al menos, entre el 16 de julio de 2024 y el 21 de mayo de 2025. ([SNC/DTSA/031/25](#)).

En la descripción del programa se indicaba que estaba ofrecido por una marca comercial de alimentación, impulsora de la iniciativa. Sin embargo, más allá de esa referencia inicial, el contenido no incluía ninguna identificación adicional de su carácter publicitario, en particular, mediante el indicativo de “publicidad”.

El programa partía de un estudio elaborado por la citada marca y abordaba cuestiones relacionadas con la salud. Durante su emisión se realizaron menciones directas a la marca, se aludió a productos alimenticios vinculados a la misma y se emplearon elementos visuales asociados a su identidad corporativa en el decorado, vestuario y materiales en pantalla.

Para la CNMC, la combinación de estos elementos evidenció la existencia de una finalidad promocional integrada en el contenido editorial del programa sin una identificación clara para el espectador. Esta práctica puede inducir al público a error sobre la naturaleza del contenido, al no distinguirse adecuadamente entre programación y comunicación comercial.

Infracción grave y reducción de la sanción

Los hechos constituyen una infracción de la [Ley General de Comunicación Audiovisual](#), que prohíbe la comunicación comercial audiovisual encubierta cuando tenga intencionalmente un propósito publicitario y pueda inducir al público a error sobre su naturaleza.

La CNMC impuso inicialmente una sanción de 262.500 euros. Atresmedia reconoció su responsabilidad y solicitó la aplicación de las reducciones previstas por reconocimiento y pronto pago. El importe final quedó fijado en 157.500 euros, lo que supone una reducción del 40 % sobre la cuantía inicial.

Contenido relacionado:

- [SNC/DTSA/031/25](#)
- [Blog CNMC](#): La CNMC y la regulación de los contenidos publicitarios: la publicidad encubierta