

NOTA DE PRENSA

La CNMC sanciona a Mediaset por superar el tiempo de emisión dedicado a autopromociones y a mensajes publicitarios y de televenta

- En sus canales de televisión Cuatro, Energy, Divinity y Telecinco

Madrid, 2 de agosto de 2019.- La CNMC (Comisión Nacional de Mercados y la Competencia) ha sancionado a Mediaset, S.A. con 365.301 euros por la vulneración de los artículos 13.2 y 14.1 de la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA), que regulan el tiempo máximo de emisión dedicado a la autopromoción, los mensajes publicitarios y a la televenta. [SNC/DTSA/003/19](#)

Las infracciones detectadas en Cuatro, Energy, Divinity y Telecinco tuvieron lugar en los meses de diciembre de 2018 y enero y febrero de 2019.

En concreto, el artículo 13.2 de la LGCA que regula el tiempo de emisión dedicado a anuncios de autopromoción, establece que: *“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”.*

Por su parte, el artículo 14.1 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de Comunicación Audiovisual, establece el límite de tiempo de emisión de publicidad de mensajes publicitarios y de televenta en 12 minutos por hora natural. (*“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”*).

En esta resolución, la CNMC establece que para que las sobreimpresiones informativas sobre la programación del prestador del servicio de comunicación audiovisual sean excluidas del cómputo de tiempo para la emisión de mensajes publicitarios, solamente deben contener el nombre del programa, el día y la hora de emisión.

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC. El texto íntegro de la resolución aprobada por el Consejo se publica en el sitio CNMC, una vez eliminados los elementos de confidencialidad, y se puede acceder mediante el vínculo que figura en la nota de prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente.

La CNMC recuerda que, contra esta Resolución, Mediaset podrá interponer directamente recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional en el plazo de dos meses a partir del día siguiente al de su notificación.

[SNC/DTSA/003/19](#)

Documento no oficial, destinado a los medios de comunicación y que no vincula a la CNMC. El texto íntegro de la resolución aprobada por el Consejo se publica en el sitio CNMC, una vez eliminados los elementos de confidencialidad, y se puede acceder mediante el vínculo que figura en la nota de prensa. Reproducción permitida solo si se cita la fuente.