

Procedimiento sancionador por publicidad encubierta y bebidas alcohólicas fuera de horario. (Reducción de las sanciones).

La CNMC ha sancionado a Atresmedia por emitir publicidad encubierta de una bebida alcohólica durante la emisión del programa “**El Hormiguero**” (SNC/DTSA/055/23).

En particular, la CNMC ha constatado que en el programa emitido el 26 de junio de 2023 se mostraron imágenes y se mencionó una bebida alcohólica de 36 grados, fuera del horario permitido para su promoción y sin advertir que se trataba de publicidad. Esta presentación, disfrazada como parte del contenido del programa de entretenimiento, podría inducir a los espectadores a confusión o error.

Esta emisión vulnera el artículo 122.3 de la Ley General de la Comunicación Audiovisual (LGCA) que prohíbe la publicidad encubierta. Además, vulnera el artículo 123.4 de la LGCA que regula la publicidad que fomenta comportamientos nocivos para la salud y prohíbe “*la comunicación comercial audiovisual de bebidas alcohólicas con un nivel superior a veinte grados, excepto cuando sea emitida entre la 1:00 y las 5:00 horas*”.

Las dos multas impuestas, por importe global de 579.374 euros, se han reducido un 40 % por reconocimiento expreso de la responsabilidad (20 %) y pago anticipado de la sanción (20 %).

La **publicidad encubierta** es una forma de promocionar productos dentro de un espacio televisivo en el que se está ofreciendo información, ficción o entretenimiento, sin previo aviso para el espectador.

No hay que confundir la publicidad encubierta con el emplazamiento de producto que consiste en incluir, mostrar o referirse a un producto, servicio o marca comercial de manera que figure en un programa, pero, en este caso, el público está claramente informado.

La normativa establece que el **emplazamiento de producto** está permitido con las siguientes condiciones: hay que advertir al público al principio y al final del programa, y cuando se retome tras una pausa publicitaria. El emplazamiento no puede condicionar la responsabilidad ni la independencia editorial del prestador del servicio de comunicación audiovisual. Tampoco puede incitar directamente a la compra o al arrendamiento de bienes o servicios, a hacer promociones concretas o a dar preeminencia indebida al producto. Finalmente, queda prohibido el emplazamiento de producto en la programación infantil.

La publicidad encubierta tiene indudables ventajas para el anunciante; entre ellas, evita las defensas que el receptor del mensaje publicitario activa ante la emisión explícita de un mensaje publicitario, prestigia una marca y crea una necesidad de consumo ante la creencia de estar viendo un programa con contenido informativo. Además, evita la pérdida de atención del telespectador frente a la publicidad convencional, e incluso el cambio del canal, y consigue de esta manera aumentar la eficacia de la actividad promocional.

Facilita el aumento de la información sobre el producto promocionado puesto que pueden tener una mayor duración temporal frente a la necesidad de síntesis de otros formatos publicitarios.

También se busca mayor eficacia del acto de comunicación comercial al realizarse por medio de un personaje popular que, por una parte, avala al prescriptor publicitario al

que se presenta como un experto neutral y, por otra, se otorga credibilidad a sus afirmaciones y recomendaciones simulando una entrevista convencional con objetivos informativos o divulgativos.

Por su propia naturaleza, en la publicidad encubierta la promoción del producto no se hace de una manera explícita, clara o abierta, sino oculta, como en este caso, a través de un microespacio supuestamente informativo que consiste en entrevistas a una colaboradora supuestamente experta y neutral. Esa ocultación por sí misma entraña riesgo para los consumidores de provocar su error, a través del estímulo, no consciente, al consumo del producto.

Las comunicaciones comerciales encubiertas también evitan la aplicación de los límites legales a otros tipos de comunicaciones comerciales, como los mensajes publicitarios.

Texto de la resolución.

<https://www.cnmc.es/sites/default/files/5546086.pdf>

