



El TS permite a las televisiones poner publicidad en programas no deportivos con ciertas condiciones

La Sección Tercera de la Sala de lo Contencioso estima los recursos de casación interpuestos por Mediaset España Comunicación S.A y anula la sentencia de la Audiencia Nacional que confirmó la resolución de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencias por la que se impuso a la cadena televisiva cuatro multas por importe de 460.840 euros, por vulnerar la Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual (LGCA). Mediaset había realizado 17 impresiones publicitarias de varios productos insertadas durante la emisión de programas y sin interrumpirlos, ocupando el centro de la pantalla. La CNMC consideró que esta práctica infringía el principio de separación entre publicidad y programación, previsto en el artículo 14.4 de la LGCA. La CNMC se basaba en la regla general, que requiere una interrupción de los programas para emitir la publicidad, con la única excepción de las retransmisiones deportivas. La Sala de lo Contencioso de la Audiencia Nacional confirmó las sanciones impuestas a Mediaset.

En su sentencia, ponencia del magistrado Diego Córdoba, el tribunal interpreta los principios de separación e integridad en materia publicitaria contemplados en la Ley nacional, así como la Directiva Comunitaria 2010/13 sobre la materia y concluye que ni la normativa comunitaria ni la norma nacional exigen un lapso temporal o interrupción entre los programas y bloques publicitarios. Por ello, estas nuevas técnicas publicitarias “pueden ser uti ...