

**ACUERDO POR EL QUE SE ARCHIVA LA DENUNCIA  
PRESENTADA CONTRA ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A. EN RELACIÓN CON LA  
ADECUACIÓN A LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 122.1 DE  
LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

(IFPA/DTSA/130/25/ATRESMEDIA/BIMBO)

**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

**Secretaria**

D.<sup>a</sup> María Ángeles Rodríguez Paraja

En Barcelona, a 6 de noviembre de 2025

Vista la denuncia presentada por un particular contra **ATRESMEDIA CORPORACION DE MEDIOS DE COMUNICACION, S.A.** (en adelante ATRESMEDIA), la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** adopta el siguiente acuerdo:

## I. ANTECEDENTES

### Primero.- Denuncia presentada

Con fecha 4 de agosto de 2025 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) una reclamación por parte de un particular en relación con la comunicación comercial audiovisual de la empresa Bimbo Donuts Iberia, S.A.U. en la que se muestra una rebanada de pan de molde de mayor tamaño, que ha sido emitida el 3 de agosto de 2025 en torno a las 18:15 horas.

Esta reclamación hace referencia a que esta publicidad, al mostrar un vigilante de seguridad dormido en su puesto, reforzaría *“un estereotipo negativo que vulnera la dignidad e integridad de esta profesión. Este trato denigrante contribuye a una percepción pública injusta y discrimina”*.

La denuncia, en síntesis, plantea que la emisión de este tipo de contenido audiovisual no cumpliría con las obligaciones en materia de comunicaciones comerciales audiovisuales prevista en el artículo 122.1 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA).

### Segundo.- Informe de Autocontrol

La Disposición Adicional Decimoséptima de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC (en adelante, LCNMC) bajo el título *“Fomento de la correulación publicitaria”* establece que la CNMC podrá firmar acuerdos de correulación que coadyuven al cumplimiento de las obligaciones, las prohibiciones y los límites al ejercicio del derecho a realizar comunicaciones comerciales audiovisuales.

De esta forma, la CNMC, en su acción de fomento de la correulación publicitaria, en junio de 2023 suscribió *“Convenio con la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, Autocontrol, para el fomento de la correulación sobre comunicaciones comerciales en servicios de comunicación audiovisual”*<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Disponible en: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2023-16061](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2023-16061)

Según este Convenio, la CNMC reconoce la utilidad de la autorregulación de la publicidad televisiva y, en particular valora positivamente el sistema de consulta previa para la publicidad televisiva, gestionado por AUTOCONTROL, que tramitará y resolverá las reclamaciones en materia de publicidad conforme a las normas y procedimientos establecidos en el Reglamento del Jurado de la Publicidad

En relación con la publicidad reclamada y de conformidad con el Acuerdo señalado, con fecha 30 de septiembre de 2025 esta Asociación informó, a requerimiento de la Dirección de Telecomunicaciones y Sector Audiovisual, acerca de la Resolución adoptada por la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, el 12 de septiembre de 2025, en relación con la campaña de “Bimbo Donuts Iberia, S.A.U.” en la que se presenta una rebanada de pan de molde de mayor tamaño. En la misma, el Jurado concluye que la publicidad reclamada no infringe la norma 10 del Código de AUTOCONTROL<sup>2</sup>.

### **Tercero. – Habilitación competencial**

El artículo 1 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, LCNMC), establece su competencia para *“garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva en todos los mercados y sectores productivos, en beneficio de los consumidores y usuarios”*, para lo que ejercerá sus funciones *“en relación con todos los mercados o sectores económicos”*.

En este sentido, el artículo 9 de la LCNMC reconoce la competencia de esta Comisión en materia de *“supervisión y control del correcto funcionamiento del mercado de comunicación audiovisual”*.

Asimismo, de conformidad con lo previsto en el apartado 10 del artículo 9 de la LCNMC corresponde a esta Comisión *“controlar y supervisar el cumplimiento de las obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual*

---

<sup>2</sup> *“Las comunicaciones comerciales no sugerirán circunstancias de discriminación ya sea por razón de raza, nacionalidad, religión, discapacidad, edad, género u orientación sexual, ni atentarán contra la dignidad de la persona. En particular, se evitarán aquellas comunicaciones comerciales que puedan resultar vejatorias o discriminatorias para la mujer, incluidas las que utilicen el cuerpo de la mujer, o de partes del mismo, como mero objeto desvinculado del producto o servicio que se pretende promocionar o asociado a comportamientos estereotipados que menoscaban la igualdad entre mujeres y hombres”*.

*televisivo de ámbito estatal, de conformidad con el título VI de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual”.*

Por ello, de conformidad con lo anterior, esta Comisión es competente para conocer acerca de la reclamación formulada, dado que la misma se encuadra en lo relativo al control de contenidos audiovisuales, ámbito sobre el que esta Comisión despliega sus competencias.

Atendiendo a lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la LCNMC y los artículos 8.2.j) y 14.1.b) del Estatuto Orgánico de la CNMC, aprobado mediante el Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, el órgano decisorio competente para dictar la presente resolución es la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

#### **Cuarto. - Marco jurídico**

El canal “ANTENA 3” se emite en España por el prestador ATRESMEDIA, establecido en España, según consta en el Registro de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual<sup>3</sup>, por lo que, de conformidad con la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual<sup>4</sup> y la LGCA, está sometido a la supervisión de esta Comisión.

En España, las obligaciones de los prestadores de los servicios de comunicación audiovisual televisivo en relación con las comunicaciones comerciales audiovisuales se encuentran recogidas fundamentalmente en el capítulo IV del título VI de la LGCA.

La reclamación presentada alude al posible incumplimiento de las prohibiciones absolutas de determinadas comunicaciones comerciales, tal y como se recoge en el artículo 122.1 de la LGCA por el que:

---

<sup>3</sup> Regulado en el Real Decreto 1138/2023, de 19 de diciembre, por el que se regulan el Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual, de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y de prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual y el procedimiento de comunicación previa de inicio de actividad.

<sup>4</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX%3A32018L1808>

*“1. Se prohíbe toda comunicación comercial audiovisual que vulnere la dignidad humana, fomente la discriminación contra un grupo de personas o un miembro de un grupo por razón de edad, sexo, discapacidad, orientación sexual, identidad de género, expresión de género, raza, color, origen étnico o social, características sexuales o genéticas, lengua, religión o creencias, opiniones políticas o de cualquier otro tipo, nacionalidad, patrimonio o nacimiento, fomente comportamientos nocivos para la seguridad o fomente conductas gravemente nocivas para la protección del medio ambiente”.*

Es preciso mencionar en primer lugar que el derecho a la libertad de expresión e información, reconocido en la Constitución Española (CE) en su artículo 20, y que afecta plenamente a la emisión de contenidos audiovisuales efectuada por los operadores de televisión, no se considera, en virtud de jurisprudencia constitucional reiterada, un derecho absoluto<sup>5</sup>, sino que está limitado, a tenor de lo que establecen tanto la CE como, más concretamente, la LGCA, por el respeto a la dignidad humana, el respeto a los valores constitucionales, el deber de no incitar a la violencia, al odio o a la discriminación contra determinados colectivos, el respeto al honor, la intimidad y la propia imagen de las personas, el deber de no contener una provocación pública a la comisión de ningún delito y el derecho de los ciudadanos a recibir información veraz.

Así, el artículo 16.1. de la LGCA relativo al régimen jurídico del servicio de comunicación audiovisual televisivo señala que *“el servicio de comunicación audiovisual televisivo es un servicio de interés general que se presta en ejercicio de la responsabilidad editorial de conformidad con los principios del título I y al amparo de los derechos constitucionales a la libertad de expresión, a comunicar y recibir información, a participar en la vida política, económica, cultural y social y a la libertad de empresa”.*

Por otra lado, la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad<sup>6</sup> (en adelante, LGP), en su artículo 3 señala como ilícita:

---

<sup>5</sup> Sentencia del TC número 214/1991 de 11 de noviembre de 1991

<sup>6</sup> <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1988-26156>

*“a) La publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución Española, especialmente a los que se refieren sus artículos 14, 18 y 20, apartado 4 (..)”.*

Finalmente, en virtud del artículo 155.2 de la LGCA, la CNMC es el organismo competente como autoridad reguladora para conocer de aquellas obligaciones concernientes a los prestadores de servicios de comunicaciones audiovisuales, quedando fuera de su habilitación las obligaciones que los anunciantes tienen en la materia.

## **II. VALORACIÓN DE LA RECLAMACIÓN**

En el ejercicio de las facultades de control y supervisión determinadas en el artículo 9 de la LCNMC se ha procedido a analizar el contenido reclamado, emitido en el canal “ANTENA 3” por el prestador del servicio de comunicación audiovisual ATRESMEDIA, a fin de comprobar el grado de cumplimiento de las condiciones establecidas por la legislación audiovisual vigente, en relación con las prohibiciones absolutas de determinadas comunicaciones comerciales audiovisuales

La LGCA define, en el apartado 5 del artículo 2 a los servicios de comunicación audiovisual televisivo lineal, como aquellos que se prestan para el visionado simultáneo de programas y contenidos audiovisuales sobre la base de un horario de programación. Además, se emitirán en abierto aquellos servicios cuya recepción se realiza sin contraprestación por parte del usuario, de conformidad con lo señalado en el apartado 11 del citado artículo. El canal “ANTENA 3” constituye un servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal y en abierto, tal y como consta recogido en su inscripción registral en el Registro Estatal de Prestadores Audiovisuales. Es por ello que se ha de entender que lo previsto en el artículo 122.1 de la LGCA le resulta de aplicación, al tratarse de un prestador de servicio de comunicación audiovisual televisivo que se encuentra establecido en España.

Dicho lo anterior, y atendiendo a las concretas competencias de la CNMC, ha de hacerse referencia al artículo 157.3 de la LGCA, por el que se considera infracción muy grave:

*“El incumplimiento de las prohibiciones absolutas de las comunicaciones comerciales audiovisuales previstas en los apartados 1 y 2 del artículo 122, incluyéndose también lo dispuesto al respecto de esas prohibiciones en el artículo 85.1 para los servicios de comunicación audiovisual radiofónicos”.*

Para poder estimar que el anuncio denunciado incurre en la infracción del apartado 3 del artículo 157 de la LGCA, debería quedar acreditado que el contenido de la comunicación comercial debe, entre otros, vulnerar la dignidad, o fomentar la discriminación.

En el marco de esta habilitación, se ha analizado la comunicación comercial audiovisual de la empresa Bimbo Donuts Iberia, S.A.U. en la que se muestra una rebanada de pan de molde de mayor tamaño. Se ha podido comprobar que el día 3 de agosto de 2025, a la hora aproximada señalada por el reclamante, esta comunicación comercial ha sido emitida en el canal ANTENA 3. El anuncio objeto de reclamación muestra una secuencia de imágenes en las que un guardia de seguridad sueña con las rebanadas de pan Bimbo. Al despertarse, una voz en off afirma: *“Bimbo, nueva rebanada más grande. Ahora con más espacio para todo lo que amas”*. La publicidad termina con la imagen del protagonista, ya despierto, que al observar una rebanada del pan de molde promovido comenta: *“Pues sí que es más grande, sí”*. A este respecto cabe señalar que se trata de una versión de menor duración al del anuncio analizado por AUTOCONTROL pero que contiene los mismos elementos.

En opinión de la Sección Séptima del Jurado de AUTOCONTROL, *“el tono humorístico del anuncio, la naturaleza onírica de las escenas que se suceden, y el carácter irreal de todas las situaciones que se reflejan, impiden que el telespectador pueda tomar en serio lo representado en él y, por tanto, que pueda extraer un mensaje despectivo sobre los vigilantes de seguridad en su conjunto y la labor que éstos desempeñan”*. Por tanto, AUTOCONTROL aprecia que el anuncio en cuestión no infringe la norma 10 del Código de Conducta Publicitaria de AUTOCONTROL

Una vez visualizados y analizados los contenidos reclamados, esta Sala concluye que, en el presente caso, no concurren los indicios suficientes que justifiquen la apertura de un procedimiento sancionador por una supuesta vulneración de lo establecido en el artículo 122.1 de la LGCA.

Por todo cuanto antecede, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

## **ACUERDA**

**ÚNICO.** – Archivar la denuncia recibida contra ATRESMEDIA CORPORACION DE MEDIOS DE COMUNICACION, S.A.

Comuníquese este Acuerdo a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual, publíquese en la página web de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia ([www.cnmc.es](http://www.cnmc.es)) y notifíquese a:

ATRESMEDIA CORPORACION DE MEDIOS DE COMUNICACION, S.A.

*Comuníquese al denunciante*

Con este acuerdo 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.