

La CNMC lanza una consulta pública sobre el volumen de los anuncios en los servicios audiovisuales

- La normativa prohíbe que en televisión, vídeo bajo demanda o radio, los anuncios sean más ruidosos que los programas que los preceden, pero no especifica cómo medir este nivel sonoro ni qué umbrales determinan si hay un incumplimiento.
- La consulta pública, abierta hasta el 30 de abril de 2025, pretende concretar los criterios para aplicar la normativa.

Madrid, 28 de marzo de 2025.- La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha iniciado una [consulta pública](#) para analizar la aplicación de la normativa que regula el nivel sonoro de los anuncios en los servicios audiovisuales. El objetivo es concretar los criterios que permitan supervisar el cumplimiento de esta obligación y garantizar una experiencia auditiva adecuada para los espectadores.

¿Qué dice la ley?

El [artículo 121.4 de la Ley General de Comunicación Audiovisual \(LGCA\)](#) establece que "el nivel sonoro de las comunicaciones comerciales audiovisuales no puede ser superior al nivel medio del programa que le precede". Sin embargo, la norma no especifica cómo medir este nivel sonoro ni qué umbrales considerar para determinar si hay un incumplimiento.

La CNMC, en su labor de supervisión del mercado audiovisual, ha recibido quejas de usuarios sobre anuncios con un volumen anormalmente alto en comparación con los programas en los que se insertan. Ante esta situación, considera necesario definir una metodología objetiva para evaluar estas diferencias sonoras y garantizar el cumplimiento de la ley.

¿Qué planteamos en la consulta pública?

La CNMC pregunta a los interesados sobre cuestiones clave:

- **Cómo medir el nivel sonoro de los anuncios:** ¿Deben aplicarse los estándares técnicos de sonoridad recomendados a nivel europeo? ¿Cuándo se puede considerar que hay incumplimiento?
- **Cambio de un servicio a otro:** ¿Cómo se podría abordar la variación de niveles sonoros en diferentes servicios?

- **Cómo diferenciar los anuncios:** ¿Qué condiciones deben cumplir los mecanismos acústicos que marquen el inicio de la publicidad, de manera que no resulte molesto para los espectadores?

La consulta está abierta a prestadores audiovisuales, expertos en sonido, asociaciones de consumidores y cualquier persona o entidad interesada en la regulación del nivel sonoro de la publicidad.

Las respuestas deben enviarse a través de la [sede electrónica de la CNMC](#) antes del 30 de abril de 2025.

Contenido relacionado:

- [INF/DTSA/83/25: Consulta pública](#)
- [Blog](#) (03/07/2018): ¿Quién controla cuando el volumen de la televisión sube de repente con los anuncios?