

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE  
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR GREENPEACE EN  
RELACIÓN CON LA CAMPAÑA “SALVAR EL CLIMA”**

**EC/D TSA/027/17/ GREENPEACE-SALVAR EL CLIMA**

**SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

**Presidenta**

D<sup>a</sup>. María Fernández Pérez

**Consejeros**

D. Eduardo García Matilla

D. Diego Rodríguez Rodríguez

D<sup>a</sup>. Idoia Zenarrutzabeitia Beldarraín

D. Benigno Valdés Díaz

**Secretario de la Sala**

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 4 de mayo de 2017

Visto el procedimiento relativo a la exención de cómputo publicitario solicitada, la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** acuerda lo siguiente:

**I ANTECEDENTES**

**Único.-** Con fecha 27 de abril de 2017 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de GREENPEACE por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión, en colaboración con ATRESMEDIA, de unos spots publicitarios y de unos faldones, cuyas grabaciones e imágenes aporta respectivamente, al objeto de concienciar a la sociedad sobre la importancia de detener el cambio climático y de convencer a los políticos para que adopten medidas al respecto.

Se trata, por un lado, de dos anuncios, de 20 y 30 segundos respectivamente, que muestran a una serie de niños pequeños que se dirigen a los hijos e hijas de los políticos para animarles a convencer a sus padres a que tomen medidas contra el cambio climático, “porque el planeta se está calentando ya mucho”.

El objetivo de la campaña es concienciar a la sociedad contra el cambio climático y ayudar económicamente a Greenpeace para que insten a los políticos a tomar medidas concretas que pueden parar su avance, dadas las

consecuencias tan negativas que comporta para la naturaleza y para el hombre en última instancia.

Uno de los anuncios acaba con el lema “Porque todos los padres quieren lo mejor para sus hijos”, y el otro “Ayúdanos a convencerlos”, y en ambos la petición de ayuda económica se concreta en “Envía CLIMA al 28014”. Concluyen los anuncios con el logo de COMPROMISO ATRESMEDIA.

En cuanto a los faldones, ambos idénticos de contenido salvo el color gris claro o el verde, incluyen la leyenda “Envía CLIMA al 28014 y ayuda a parar el cambio climático”- Hazteco Greenpeace. Donación íntegra 1,20 euros a favor de Greenpeace.



## II FUDAMENTOS JURÍDICOS

### Primero.- Habilitación competencial

La Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, atribuye en su artículo 9.11 a este organismo el ejercicio de la función de resolver sobre el carácter no publicitario de los anuncios de servicio público o de carácter benéfico, previa solicitud de los interesados, de conformidad con lo establecido en la Disposición Adicional Séptima de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (LGCA).

La Disposición referida establece que *“No tienen la consideración de publicidad los anuncios de servicio público o de carácter benéfico, difundidos gratuitamente, de acuerdo con lo establecido en el artículo 2 de esta Ley. A los efectos del cómputo previsto en el apartado 1 del artículo 14, la autoridad audiovisual competente podrá resolver, a solicitud de los interesados y previamente a su emisión, sobre la no consideración como mensajes publicitarios de estas comunicaciones”*.

En virtud de lo anterior, de conformidad con lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la citada Ley 3/2013, el órgano competente para resolver el presente procedimiento es la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

### Segundo.- Análisis de la solicitud

El apartado 24 del artículo 2 de la LGCA define la *Comunicación comercial audiovisual como “Las imágenes o sonidos destinados a promocionar, de*

*manera directa o indirecta, los bienes, servicios o imagen de una persona física o jurídica dedicada a una actividad económica. Estas imágenes o sonidos acompañan a un programa o se incluyen en él a cambio de una contraprestación a favor del prestador del servicio [...]*”.

Mientras, por su parte, el apartado 25 del referido artículo 2 de la LGCA se refiere a los mensajes publicitarios en los siguientes términos “*Toda forma de mensaje de una empresa pública o privada o de una persona física en relación con su actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con objeto de promocionar el suministro de bienes o prestación de servicios, incluidos bienes inmuebles, derechos y obligaciones.*”

Una vez analizados los anuncios y faldones remitidos por GREENPEACE, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de unos spots y de unos faldones en los que pueden apreciarse un carácter benéfico y valores de interés social relacionados con la protección del medio ambiente y que carecen, a su vez, de naturaleza comercial.

No obstante, de conformidad con lo dispuesto en la Disposición Adicional Séptima de la LGCA, para que estos anuncios y faldones puedan beneficiarse de dicha condición y no sean considerados mensajes publicitarios, su difusión deberá ser gratuita, por tanto es necesario que se remita a la Subdirección de Audiovisual de la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual de la CNMC (C/ Alcalá, 47 – 28014 Madrid), el certificado de gratuidad expedido por el operador u operadores que vayan a difundirlos, así como la relación de las franjas horarias en que se vayan a emitir gratuitamente. Mientras tanto, dichos spots y faldón se computarán como publicidad a los efectos establecidos en el artículo 14.1 de la LGCA.

Asimismo, la emisión de estos anuncios y faldones ha de producirse con posterioridad a la solicitud y a la resolución estimatoria, en virtud de lo dispuesto en el apartado primero del “Acuerdo por el que se definen los criterios a aplicar en los procedimientos de exención de cómputo publicitario” (EC/DTSA/041/15), dictado por esta Sala el 9 de julio de 2015.

Por último, en cuanto a su difusión en los canales de ámbito autonómico y local, se informa que el artículo 56 de la LGCA otorga en esta materia la competencia a las Comunidades Autónomas.

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

## RESUELVE

**Único.-** Estimar la solicitud de exención de cómputo publicitario, presentada por GREENPEACE, en varios spots y faldones, en relación con la campaña “SALVAR EL CLIMA”, que tiene como objetivo recaudar fondos contra el cambio climático.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector audiovisual y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que pueden interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.