

# RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR UNICEF COMITÉ ESPAÑOL EN RELACIÓN CON LA CAMPAÑA "TESTAMENTO SOLIDARIO"

#### EC/DTSA/028/17/ UNICEF-TESTAMENTO SOLIDARIO

#### SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

#### **Presidenta**

Da. María Fernández Pérez

#### Consejeros

- D. Eduardo García Matilla
- D. Diego Rodríguez Rodríguez
- Da. 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 la ONG UNICEF Comité Español (en adelante UNICEF), por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de spots publicitarios, cuyas grabaciones aporta, al objeto de concienciar a la sociedad de la situación que vive la infancia en todo el mundo y recaudar fondos para prestarles la ayuda que necesitan.

Se trata de dos anuncios, de 20 y 60 segundos respectivamente, que muestran a grupos numerosos de niños reunidos en edificios modestos o al aire libre con algún adulto que les enseña la foto de una eventual donante, la cual se van pasando entre ellos, y ante la que reaccionan primero serios, y luego contentos y agradecidos, incluso bailando en corro.

El objetivo de la campaña es concienciar a la sociedad sobre la situación desfavorecida que viven millones de niños en el mundo, y la necesidad de apoyar económicamente, incluyendo a UNICEF Comité Español en su testamento, para que pueda prestarles la ayuda que necesitan.



Una voz en off va diciendo que podemos marcar sus vidas y formar parte de su historia para siempre y, por ello, los anuncios acaban mostrando el hashtag #VIDASQUEDANVIDA y el mensaje "Envía Testamento al 28028 e infórmate", con el rótulo "Testamento solidario Unicef ", acompañado de su logo.

Un último faldón culmina el spot mostrando el teléfono 902 31 41 31 y la web testamento.unicef.es.

## 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 remitidos por UNICEF, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de unos spots en los que pueden apreciarse un carácter benéfico y valores de interés social relacionados con la protección a la infancia 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 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 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 UNICEF, en un spot con distintas variantes, en relación con la campaña "TESTAMENTO SOLIDARIO", que tiene como objetivo recaudar fondos para garantizar los derechos de los niños desfavorecidos en todo el mundo.

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.