

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA AGENCIA ESPAÑOLA
DE PROTECCIÓN DE DATOS EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “NUEVO
REGLAMENTO EUROPEO DE PROTECCIÓN DE DATOS”**

**EC/DTSA/021/18/MECD/CAMPAÑA “NUEVO REGLAMENTO EUROPEO DE
PROTECCIÓN DE DATOS”**

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Benigno Valdés Díaz

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

Secretario de la Sala

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 10 de mayo de 2018

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

I ANTECEDENTES

Único.- Con fecha de 25 de abril de 2018 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de dos spots publicitarios, cuyas grabaciones aporta, con motivo del lanzamiento de la campaña “Nuevo reglamento europeo de protección de datos”. Esta campaña tiene como objetivo sensibilizar al público y facilitarle la comprensión de los riesgos, normas, garantías y derechos, así como informar, a los responsables y encargados del tratamiento de los datos personales, acerca de las obligaciones que les incumben a raíz de la aprobación del nuevo Reglamento, facilitándoles, con ello, su cumplimiento.

- Descripción de los anuncios:

El primer spot de 20 segundos de duración, va dirigido a los ciudadanos, consiste en unos dibujos animados, representados por una mujer, con una voz en off que

describe que, desde el 25 de mayo, éstos disponen de nuevos derechos para proteger sus datos personales, a la vez que enumera algunos de ellos. Las escenas de los dibujos van acompasando la voz en off.

El segundo spot, también de 20 segundos, va dirigido a las empresas y organizaciones que manejan datos. En él aparecen, unos dibujos animados representados por un hombre en una oficina, con una voz en off donde comenta que, desde el 25 de mayo, cambia la forma en la que se recogen y tratan los datos, ofreciéndoles una aplicación para información de bajo riesgo y ayuda para información de riesgo medio o alto. Las escenas de los dibujos van acompasando asimismo la voz en off.

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 spots remitidos por la AEPD, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de dos anuncios en los que pueden apreciarse características y valores de interés público relacionados con la sensibilización de los ciudadanos sobre los cambios en la normativa en materia de protección de datos, así como de los responsables y encargados del tratamiento de los Datos personales, y se informa sobre los nuevos derechos de que disponen y de las obligaciones que les asisten.

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 remitan 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 difundir los mismos, así como la relación de las franjas horarias en que se vayan a emitir gratuitamente. Mientras tanto, dichos espacios 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 la Agencia Española de Protección de Datos en relación con los spots

publicitarios de la campaña “Nuevo reglamento europeo de protección de datos”.

Esta exención queda condicionada a que, con carácter previo a su difusión, se remitan a esta Comisión, los certificados de gratuidad expedidos por el operador u operadores que vayan a difundir los anuncios, así como la relación de las franjas horarias en las que se vayan a emitir gratuitamente.

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.