

**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/028/18/AEPD 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 31 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 23 de mayo 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 siete spots publicitarios, cuyas grabaciones aporta, con motivo de complementar el 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, a los responsables y encargados del tratamiento de los datos personales, acerca de las obligaciones que le incumben a raíz de la aprobación del nuevo Reglamento, facilitándoles, con ello, su cumplimiento.

- Descripción de los anuncios:

Todos los anuncios son de dibujos animados con diferentes escenas que muestran a menores usando la red de internet. En todos ellos se muestra el mal uso que se hace a través del móvil o tabletas de una manera inconsciente de las redes sociales, a la vez que se da consejos para su buen uso.

Todos los spots acaban con una sobreimpresión de la web www.tudecideseninternet.es, el logotipo de la AEPD y una chapa con el mensaje “we internet” con un corazón en el centro entre las dos palabras.

El primer spot, de 20 segundos de duración, aparece un niño con un móvil riéndose enviando un mensaje a unos compañeros mientras una voz en off explica que puede ser un acoso y, eso es un delito.

El segundo spot, de 20 segundos de duración, la voz en off recuerda que no debe compartirse datos personales con gente desconocida, pues pueden ser usados para hacer daño.

El tercer spot, de 20 segundos de duración, la voz en off advierte que lo que se publica en internet deja huella digital durante mucho tiempo, y que se puede disfrutar de otras cosas sin estar conectado a internet.

El cuarto spot, de 65 segundos de duración, la voz en off narra como un menor distribuye fotos entre sus contactos. Se hicieron virales y tuvo consecuencias, y como ello, se denomina acoso

El quinto spot, de 65 segundos de duración, la voz en off nos advierte del peligro que es dar información personal en un perfil abierto, y cómo pedir ayuda.

El sexto, de 65 segundos de duración, la voz en off explica lo que puede suceder si se facilita información en una red wifi abierta, habiendo personas que suplantan identidades y cómo no se deben ceder a chantajes y denunciar.

El séptimo, de 65 segundos de duración, la voz en off explica que internet sirve para muchas cosas y que está muy bien, pero que existen otras cosas fuera de internet donde puedes disfrutar.

El octavo, de 286 segundos de duración, es un compendio de los anteriores spots, y en él, la voz en off nos recuerda que hay que hacer un uso responsable de Internet, ya que tiene muchas ventajas, pero también riesgos, siendo un compendio de los spots anteriores. Termina con una serie de dibujos de los menores y el logotipo de la AEPD, y sobreimpresionadas las siguientes web: www.agpd.es y www.tudecideseninternet.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 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 siete anuncios en los que pueden apreciarse características y valores de interés público relacionados con la sensibilización de los menores sobre el uso de internet y las redes sociales en materia de protección de datos, así como,

de las posibles situaciones y consecuencias, proponiéndoles un comportamiento adecuado frente a las mismas.

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 con motivo de complementar 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.