

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE  
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FUNDACIÓN REINA  
SOFÍA EN RELACIÓN CON LA CAMPAÑA “LEMON”**

**EC/D TSA/029/19/ FUNDACIÓN REINA SOFIA/LEMON**

**SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

**Presidenta**

D<sup>a</sup>. 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. Joaquim Hortalà i Vallvé, Secretario del Consejo

En Madrid, a 26 de junio de 2019

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

**I ANTECEDENTES**

**Único.** - Con fecha 24 de junio de 2019 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la FUNDACIÓN REINA SOFÍA, por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de dos anuncios publicitarios, cuyas grabaciones aporta, que tienen como objetivo fomentar la sensibilización medioambiental en apoyo a los objetivos de Desarrollo Sostenible 14 y 15 de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Los anuncios presentan una duración de 30 y 128 segundos de duración respectivamente. En el anuncio de 30 segundos, se muestra, con imágenes de animación, el nacimiento de una tortuga en la arena de una playa dirigiéndose al mar, mientras es perseguida por una gaviota. Finaliza el anuncio con la sobreimpresión “LEMON”, “Descubre el final en fundacionreinasofia.es”.

En el segundo anuncio se muestra la historia completa como continuación del primero. En él, la gaviota parece que atrapa a la tortuga, pero realmente lo que pesca es una tapadera de una botella de plástico de la marca “Lemon” que le ofrece a su cría en el nido, en el que se pueden apreciar más basuras alrededor. A continuación, se muestran imágenes de un mar contaminado de plásticos y sobreimpresionada, la frase “Los plásticos en la naturaleza NUNCA tienen un buen final”.

El anuncio concluye mostrando las sobreimpresiones: “El mundo necesita envases con buen final” y el logotipo de la Fundación Reina Sofía, acompañado de la referencia a su página web “fundacionreinasofia.es”.

## II FUDAMENTOS JURÍDICOS

### Primero.- Habilitación competencial

El apartado 24 del artículo 2 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante, 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 [...]”*.

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.”*

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 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**

Una vez analizados los anuncios remitidos por la FUNDACIÓN REINA SOFÍA, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Disposición Adicional Séptima de la LGCA para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de anuncios en los que pueden apreciarse características y valores de interés social 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 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 anuncios, 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 la comunicación 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 FUNDACIÓN REINA SOFÍA, en relación a la campaña “Lemon”, que persigue contribuir al conocimiento de la grave situación medioambiental que soportan nuestros mares.

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.