

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FUNDACIÓN UNICEF-
COMITÉ ESPAÑOL EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “POR MI Y POR TODOS
MIS COMPAÑEROS”**

**EC/DTSA/054/19/UNICEF/COMITÉ ESPAÑOL/POR MI Y POR TODOS MIS
COMPAÑEROS**

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. Joaquim Hortalà i Vallvé, Secretario del Consejo

En Madrid, a 28 de noviembre 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 21 de noviembre 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 Unicef-Comité Español, por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de cuatro anuncios publicitarios, cuyas grabaciones aporta, que tienen como objetivo concienciar a la sociedad de la situación que viven millones de niños en el planeta por encontrarse en riesgo de desnutrición y acerca de la necesidad de apoyar económicamente a UNICEF, colaborando como socios, para que pueda prestarles la ayuda que necesitan.

A través de la campaña “POR MI Y POR TODOS MIS COMPAÑEROS”, la Fundación Unicef-Comité Español, centra su trabajo en la situación de emergencia nutricional y humanitaria que viven miles de niños en el mundo, y que amenaza sus vidas.

En los anuncios, de 20 y 60 segundos de duración respectivamente, se muestran diferentes números de teléfono. Los tres anuncios de 20 segundos inciden en

diferentes temáticas de las que adolecen muchos niños: la educación, la protección y la salud.

Los videos muestran a un niño jugando al escondite, se salva dando con la mano en la pared y según la temática dice: “Por mí y por la educación/protección/salud, de todos mis compañeros”. Se muestran las imágenes de un colegio en llamas con los niños saliendo por la puerta, huyendo del fuego; una niña cargada con un saco a la espalda; un niño cargado con bidones de agua y otro comiendo entre ruinas de edificios.

El anuncio de 60 segundos es una recopilación de los otros tres de menor duración, donde el niño va nombrado los nombres de sus compañeros mientras se van ofreciendo diversas imágenes ampliadas de los anuncios anteriores.

En la parte inferior derecha de la pantalla, se muestra el logotipo de UNICEF y una voz en off dice: “Esto no es un juego de niños, ayuda a Unicef a cambiar las reglas” y según la temática:

Los anuncios finalizan con la voz en off pidiendo ayuda que se resalta con las sobreimpresiones: “*HAZTE SOCIO*”, “*900 907 300, 900 907 123, 900 907 454 y 900 907 455*” y entrando en “*portodosmiscompañeros.es*”. Continúa la voz en off: “*tus 5€ al mes nos ayuda a que más niños y niñas vayan a la escuela/ a que más niños y niñas reciban agua y alimentos/ seguir trabajando para acabar con la explotación infantil*”. La locución termina con el mensaje “*Unicef hacemos que las cosas sucedan*” y su logotipo sobreimpresionado.

II FUDAMENTOS JURÍDICOS

Primero. - Habilitación competencial

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.*”

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

Una vez analizados los anuncios remitidos por la Fundación Unicef-Comité Español, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de unos anuncios en los que pueden apreciarse valores de carácter benéfico e interés social 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 difundir los anuncios, así como la relación de las franjas horarias en que se vayan a emitir gratuitamente. Mientras tanto, dichos anuncios se computarán como publicidad a los efectos establecidos en el artículo 14.1 de la LGCA.

Asimismo, la emisión de estos anuncios han 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/D TSA/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 Unicef-Comité Español, en relación con la campaña “Por mí y por todos mis compañeros”, que pretende recaudar fondos para solventar la situación de emergencia humanitaria y de desnutrición que están viviendo millones de niños en el mundo.

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.