

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR FUNDACIÓN ACCIÓN
CONTRA EL HAMBRE EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “LUCHA DE
GIGANTES”****EC/DTSA/055/19/FUNDACIÓN ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE/LUCHA DE
GIGANTES****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 22 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 Acción Contra el Hambre por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de dos anuncios publicitarios y un faldón, cuyas grabaciones aporta, que tienen como objetivo rendir un homenaje a todos los “Gigantes” que libran una lucha contra el hambre en todo el mundo.

A través de la campaña “Lucha de Gigantes”, la Fundación Acción Contra el Hambre pretende hacer un llamamiento a los ciudadanos para conseguir fondos a través del concierto SOLIDARIO de Lucha de Gigantes 2019, contra el hambre en el mundo.

Los anuncios, de 20 y 45 segundos de duración, muestran diferentes contenidos. El de 20 segundos muestra las imágenes de los diferentes artistas que intervienen en el concierto con música de fondo, sobreimpresión de sus nombres y la página web “luchadegigantes.org en la parte inferior de la pantalla. Una

locución en off informa sobre el concierto y su finalidad y el logotipo de la fundación y el nombre del concierto “LUCHA DE GIGANTES 2019”.

Finaliza con la cartela del concierto donde aparece: logotipo fundación, “LUCHA DE GIGANTES 2019”, “Compra tu entrada”, nombre del teatro “WINZINK CENTER”, la fecha “miércoles 18 de diciembre 21:00 h” y la página web donde se puede comprar las entradas “luchadegigantes.org”

El anuncio de 45 segundos es una sobreimpresión en la parte inferior de la pantalla, del Faldón que a continuación se muestra, donde van apareciendo poco a poco las partes integrantes del mismo hasta completar el mismo.



II FUNDAMENTOS 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 y faldón remitidos por la Fundación Acción Contra el Hambre, 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 un carácter benéfico y valores de interés social y que carece, 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 y faldón 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 y faldón, 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 y faldón 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/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 Acción Contra el Hambre, en relación con la campaña “Lucha

de Gigantes” que persigue concienciar a la sociedad acerca de la necesidad de unirnos a la lucha contra el hambre y erradicar definitivamente la desnutrición.

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 el anuncio, 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.