

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR WORLD WIDE FUND FOR
NATURE ESPAÑA EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “HORA DEL PLANETA”**

**EC/DTSA/018/20/WORLD WIDE FUND FOR NATURE ESPAÑA/HORA DEL
PLANETA**

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 24 de marzo de 2020

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

I ANTECEDENTES

Único. -Con fecha 5 de marzo de 2020 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de WORLD WIDE FUND FOR NATURE ESPAÑA (WWF ESPAÑA) por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión, de un anuncio cuya grabación aporta, y de un faldón publicitario sobreimpresionado, con motivo del lanzamiento de la campaña “Hora del Planeta” que tiene como objetivo sensibilizar a la población sobre las consecuencias del cambio climático.

El anuncio, de 30 segundos de duración, muestra el logotipo de la Asociación junto al número 60 (los minutos de una hora que invitan a apagar las luces de forma simbólica) y debajo el nombre de la campaña, en la parte superior izquierda de la pantalla. Mientras, se escucha música con imágenes del planeta con la sobreimpresión: “La Ciencia es Clara” y “El tiempo se acaba”, y se muestran incendios, el deshielo, ríos contaminados, colaboradores de WWF y personas de varios países y razas.

Finaliza el anuncio con una pagoda de luces de diferentes ciudades y monumentos emblemáticos con las sobreimpresiones: “Únete a la hora del planeta”, “Apaga la luz, 28 marzo, 20:30–21:30”, el logotipo de la Fundación y la página web horadelplaneta.es.

La creatividad del faldón sobreimpresionado correspondería a la siguiente imagen:



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 analizado el anuncio y el faldón publicitario sobreimpresionado remitidos por WORLD WIDE FUND FOR NATURE ESPAÑA, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se puede apreciar en ellos un carácter benéfico, y que, a su vez, carecen de naturaleza comercial.

No obstante, de conformidad con lo dispuesto en la Disposición Adicional Séptima de la LGCA, para que este anuncio 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 el spot y el faldón, 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 este anuncio y de este 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 WORLD WIDE FUND FOR NATURE ESPAÑA, en relación con la campaña “HORA DEL PLANETA”, cuyo objetivo es dar a conocer la invitación a apagar las luces de espacios públicos y privados durante una hora en todo el planeta el 28 de marzo, de 20:30 a 21:30 horas.

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 y el faldón, 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.

Sin embargo, se hace constar que, de acuerdo con lo previsto en la disposición adicional segunda del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, “se suspenden términos y se suspenden e interrumpen los plazos previstos en las leyes procesales para todos los órdenes jurisdiccionales. El cómputo de los plazos se reanudará en el momento en que pierda vigencia el presente real decreto o, en su caso, las prórrogas del mismo.