

RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR MEDIASET EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “DOCE MESES-CORONAVIRUS V”

EC/D TSA/029/20/MEDIASET /DOCE MESES CORONAVIRUS V

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 8 de abril 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 1 de abril de 2020, han tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de Mediaset España Comunicación S.A., (en adelante MEDIASET), por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de seis anuncios publicitarios, cuyas grabaciones aporta, que tienen como objetivo transmitir un mensaje de unidad y solidaridad a la ciudadanía para alentar el cumplimiento de las medidas de cuarentena necesarias para superar la crisis sanitaria provocada por el COVID-19.

En los seis anuncios, de 20 segundos de duración cada uno, se muestran imágenes animadas, en las que unos muñecos van mostrando carteles bajo el lema “#de balcón a balcón”, “presenta” y “comparte tu arte”, en los que se invita a compartir actividades con los demás y a hacer compañía. Cada anuncio tiene una temática diferente y muestra sobreimpresionados los diferentes hashtag y direcciones de Instagram que se relacionan:

1. Video “CANTANDO EN CASA”: una espectadora canta y toca el ukelele en casa, con el hashtag “#CANTANDOENCASA” y la dirección “@I-AM-MAY-B”.
2. Video “COCINANDO EN CASA”: video animando a cocinar juntos en casa, con el hashtag “#COCINARENFAMILIA” y la dirección “@AMBAR.QUERALT”.
3. Video “RECITA POEMAS”: clip de un espectador recitando un poema, con el hashtag “#RECITOPOEMAS” y la dirección “@JOSEMIUTL”.
4. Video “MÚSICA ANCESTRAL”: vídeo de una espectadora tocando música ancestral, con el hashtag “baila contigo #MÚSICAENCASA” y la dirección “@ARI-OMMM”.
5. Video “PILATES EN CASA”: video practicando ejercicios de pilates en casa, con el hashtag “#PILATESENCASA” y la dirección “@CAROL-TAMAYO-PILATES”.
6. Video “CUENTA CUENTOS”: video de una espectadora leyendo un cuento infantil, con el hashtag “#CUENTACUENTOS” y la dirección “@SUSANNAISERN”.

Finalizan los anuncios con la voz en off y alguna de las sobreimpresiones siguientes: “*Comparte tu arte*”, “*Comparte tu vídeo*”, “*de balcón a balcón*” y con los logotipos de: facebook e instagram y twitter, “12 meses”, y de “Mediaset España”.

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 anuncio 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 anuncio 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 las solicitudes

Una vez analizados los anuncios remitidos por MEDIASET, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de anuncios en los que pueden apreciarse valores de 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 considerado 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 espacios se computarán como publicidad a los efectos establecidos en el artículo 14.1 de la LGCA.

Asimismo, la emisión de las comunicaciones 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.

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.

Habida cuenta de que, de acuerdo con lo establecido en la disposición adicional séptima de la LGCA, “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”, la exención de cómputo publicitario no podrá comprender las emisiones del anuncio que hayan tenido lugar con carácter previo a la presente resolución.

Por todo cuanto antecede, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia,

RESUELVE

Primero. - Estimar la solicitud de exención de cómputo publicitario, presentada por MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN S.A., en relación con los seis anuncios que conforman la campaña “12 meses coronavirus V”, en los que se invita a la solidaridad y al altruismo para compartir actividades de ocio que puedan hacer desde nuestras casas, y así hacer compañía y dar apoyo a los demás durante el tiempo de confinamiento.

Esta exención queda condicionada a que 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 los que se vayan a emitir gratuitamente.

Segundo.- Esta exención de cómputo publicitario no se extiende en ningún caso a las emisiones del anuncio que hayan podido tener lugar con carácter previo a la presente resolución.

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".