

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

EC/D TSA/026/20/MEDIASET /DOCE MESES CORONAVIRUS IV

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 3 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 27 de marzo 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 once 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 once 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”, donde invitan 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 “Mueve las piernas baja”: un espectador anima a hacer deporte en casa, con el hashtag “@MUEVELASPIERNAS” y la dirección “@DEPARUNNER.

2. Video “Poema”: video recitando un poema para promover la creatividad, con el hashtag “#RECITOPOEMAS” y la dirección “@RAUL.VACASPOLO”.
3. Video “Rap”: interpretación de un rap impulsando el confinamiento en casa, con el hashtag “#TODOPASARA” y la dirección “@CREANDOH.ES”.
4. Video “Baile”: clip motivando a bailar en casa, con el hashtag “#BAILAENCASA” y la dirección “@ERINASANDERS”.
5. Video “Guitarra en familia”: video familiar tocando la guitarra y cantando en casa, con el hashtag “#GUITARRAENCASA” y la dirección “@FILIUYCIA”.
6. Video “Guitarra”: video tocando una pieza en la guitarra, alentando a tocar este instrumento, con el hashtag “#GUITARRAENCASA” y la dirección “@ELTWANGUERO”.
7. Video “Cantar”: video tocando el piano y cantando, para animar a cantar en casa, con el hashtag “#CANTAENCASA” y la dirección “@LUCASPEZMAGO”.
8. Video “Yoga”: video practicando una postura de yoga, con el hashtag “#MADREEHIJA” y la dirección “@NIA_MARQUEZ”.
9. Video “Flamenco”: video cantando flamenco y animando a ser solidarios, con el hashtag “#CANTANDOENCASA” y la dirección “@BEAROMEROG”.
10. Video “Rap niña”: niña cantando interpretando una canción de rap para animar a quedarse en casa, con el hashtag “#CANTANDOENCASA” y la dirección “@INFANCIAMISLATA”.
11. Video “Perro”: video animando a aprovechar el tiempo en casa para adiestrar a tu mascota, con el hashtag “#MIPERROYO” y la dirección “@ISIDOROADIESTRADOR”.

Finalizan los once anuncios con la voz en off y las sobreimpresiones siguientes: “*Comparte tu vídeo*”, “*de balcón a balcón*” 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 servicio público y que carecen, a su vez, de naturaleza comercial.

Dada la calificación del COVID-19 de pandemia mundial por parte de la OMS y del elevado número de afectados en nuestro país, el gobierno de España ha decretado, el pasado 14 de marzo, el Estado de alarma en base al artículo 116 de la Constitución Española y de la Ley Orgánica 4/1981, de 1 de junio, de Estados de alarma, excepción y sitio.

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 MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN S.A., en relación con las campañas “12 meses coronavirus IV”, donde se invita a la solidaridad y al altruismo para compartir actividades con los demás, y a 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 el anuncio, así como la relación de las franjas horarias en el que se vaya 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.