

## **RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FUNDACIÓN EDUCACIÓN Y COOPERACIÓN EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “NADIE SE LO IMAGINABA”**

**EC/D TSA/049/20/EDUCO/NADIE SE LO IMAGINABA**

### **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

#### **Presidenta**

D<sup>a</sup>. 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. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 14 de mayo 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 8 de mayo de 2020, han tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la Fundación Educación y Cooperación, (en adelante FUNDACIÓN EDUCO), 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 recaudar fondos para ofrecer becas de comedor a familias vulnerables y, así, poder superar la crisis sanitaria provocada por el COVID-19.

De los anuncios, cuatro tienen una duración de 20 segundos y los otros dos, de 10 segundos, son una versión reducida con las mismas imágenes. En ellos se muestran diferentes escenas de niños y su familia en diversas circunstancias debidas a la pandemia del Covid-19, como: no poder ir al cole, no merendar con los abuelos, la nevera vacía o, la familia sin ingresos. Una locución narra los hashtags de las diferentes escenas y solicita: “colabora con una beca comedor en casa”, “ni un niño sin comida en casa” y “entra en educo.org”.

Estas son las descripciones concretas de todos los anuncios:

1. Video “SPOT COLE 20”: el hashtag “#No se imaginaban sin poder ir al cole y sin apenas recursos para comer”.
2. Video “SPOT ABUELOS 20”: el hashtag “#No se imaginaba sin poder ver a sus abuelos ni merendar con ellos como cada tarde”.
3. Video “SPOT FAMILIA 20”: el hashtag “#No se imaginaban que se iban a quedar sin ingresos y sin poder pagar el alquiler”.
4. Video “SPOT NEVERA 20”: el hashtag “#No se imaginaba encontrar la nevera casi vacía y sin nada para comer”.
5. Video “SPOT NEVERA 10”: el hashtag “#No se imaginaba encontrar la nevera casi vacía y sin nada para comer”.
6. Video “SPOT FAMILIA 10”: el hashtag “#No se imaginaban que se iban a quedar sin ingresos y sin poder pagar el alquiler”.

Finalizan los anuncios con las sobreimpresiones siguientes: “Nadie se lo imaginaba”, “[www.educo.org](http://www.educo.org), 900535238”, el logotipo de la Fundación de “educó”, y el hashtag “*BecasComedorEnCasa*”.

## 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 la solicitud**

Una vez analizados los anuncios remitidos por la FUNDACIÓN EDUCO, 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 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 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 de los anuncios 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 la FUNDACIÓN EDUCO, en relación con la campaña “NADIE SE LO IMAGINABA”, destinada a captar fondos para colaborar con las becas comedor ante la nueva situación de ausencia de escolaridad presencial en que se encuentran los niños en España, provocada por el COVID-19.

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 de los anuncios 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".