RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR MEDIASET EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA "DOCE MESES-JUNTOS AVANZAMOS SEGUROS-TRABAJO"

EC/DTSA/056/20/MEDIASET /DOCE MESES JUNTOS AVANZAMOS SEGUROS-TRABAJO

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta
Dª. 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 28 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 19 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 Mediaset España Comunicación S.A. (en adelante MEDIASET), por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un anuncio publicitario, cuya grabación aporta, que tiene como objetivo sensibilizar a la ciudadanía con consejos para una vuelta segura a la "nueva normalidad", para superar la crisis sanitaria provocada por lal COVID-19.

En el anuncio, de 10 segundos, se muestran imágenes animadas, en las que unos muñecos con mascarilla se encuentran en su puesto de trabajo y se muestran unos carteles en los que se indica "*Compañerismo es trabajar unidos manteniendo las distancias" y "Mantén la distancia de seguridad"*.

En definitiva, el anuncio trata de aportar consejos útiles para resolver dudas que se plantea la ciudadanía de cara a la vuelta a la normalidad.

Finaliza el anuncio con las sobreimpresiones siguientes: "CON RESPONSABILIDAD AVANZAMOS SEGURO*" y con el logotipo locutado de:* "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 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 remitido por MEDIASET, se considera que reúne los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues

se trata de un anuncio en el que puede apreciarse 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 este anuncio pueda beneficiarse de dicha condición y no sea considerado mensaje publicitario, 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 anuncio, así como la relación de las franjas horarias en que se vaya a emitir gratuitamente. Mientras tanto, dicho espacio se computará 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 haya 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, en relación con la campaña "DOCE MESES JUNTOS AVANZAMOS SEGUROS-TRABAJO", cuyo objetivo es resolver las dudas que se plantea la ciudadanía en el regreso, a la "nueva normalidad", por la situación producida por la 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 el anuncio, 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. Se hace constar que, de acuerdo con lo previsto en la disposición adicional segunda del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, y en el artículo 8 del Real Decreto 537/2020, de 22 de mayo, por el que se prorroga el estado de alarma, dicho plazo se computará a partir del 4 de junio de 2020.