

RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FUNDACIÓN ATRESMEDIA EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “GRANDES INICIATIVAS TERCERA OLEADA”

EC/D TSA/069/20/FUNDACIÓN ATRESMEDIA/ GRANDES INICIATIVAS TERCERA OLEADA

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Ángel Torres Torres

Consejeros

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D^a. Pilar Sánchez Núñez

Secretario de la Sala

D. Joaquim Hortalà i Vallvé, Secretario del Consejo

En Madrid, a 16 de julio 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 2 de julio de 2020 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la Fundación ATRESMEDIA por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de cinco anuncios publicitarios, cuyas grabaciones aporta, que tienen como objeto difundir las cinco iniciativas premiadas, para reconocer el trabajo realizado por los centros escolares y promover la réplica de las mejores prácticas.

La campaña la conforman cinco anuncios, de 30 segundos de duración cada uno. Cada una de las piezas que componen la denominada tercera oleada de “Grandes Iniciativas”, persiguen difundir los proyectos ganadores de las mismas. Todas, presentan la misma estructura, y han sido elaboradas combinando grafismos con imágenes de los proyectos premiados: *premio a la convivencia*, *premio de transformación digital*, *premio de motivación y éxito*, *premio en valores* y *premio en inclusión*.

Los anuncios finalizan mostrando la cartela final “Fundación ATRESMEDIA, Juntos por la Educación”, la página web: www.grandesiniciativas.org y los logotipos: “Fundación La Caixa”, la Universidad privada “Universidad Internacional de Valencia” y “Fundación Orange”. Y las imágenes de los Objetivos de Desarrollo Sostenible número 4 “Educación de Calidad” y 8 “Trabajo decente y crecimiento Económico”.

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 analizados los anuncios remitidos por la Fundación ATRESMEDIA, se considera que no reúnen todos los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de cinco anuncios en los que, aunque pueden apreciarse valores de servicio público, no se puede afirmar que carezcan, a su vez, de algún interés de naturaleza comercial, por cuanto que aparece en todos ellos de forma preeminente la participación activa de una empresa privada dedicada, precisamente, a actividades relacionadas directamente con el mundo docente como es la Universidad privada “Universidad Internacional de Valencia” .

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

RESUELVE

Único. - Denegar la solicitud de exención de cómputo publicitario, presentada por la Fundación ATRESMEDIA, en relación con la campaña “GRANDES INICIATIVAS-TERCERA OLEADA”.

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.