

RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR WORLD WIDE FUND FOR NATURE ESPAÑA EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “LA HORA DEL PLANETA 2022”

(EC/DTSA/007/22/WWF ESPAÑA/LA HORA DEL PLANETA 2022)

CONSEJO. SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Ángel Torres Torres

Consejeros

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D.^a Pilar Sánchez Núñez

Secretaria

D.^a María Ángeles Rodríguez Paraja

En Madrid, a 10 de marzo de 2022

De acuerdo con la función establecida en el artículo 7.35 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC, y con lo dispuesto en el artículo 89 del Real Decreto 1434/2002, de 27 de diciembre, la Sala de la Supervisión Regulatoria, acuerda lo siguiente:

I. ANTECEDENTES

ÚNICO. - Con fecha 23 de febrero de 2022, ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de WORLD WIDE FUND FOR NATURE ESPAÑA (en adelante, WWF ESPAÑA), por el que se solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de dos cartelas y de tres anuncios publicitarios, cuyas grabaciones aporta, y que tiene como objetivo sensibilizar a la población sobre las consecuencias del cambio climático y realizar una llamada a la acción global para proteger la naturaleza y el clima.

En el primer anuncio de 20 segundos de duración, se muestra a personas animadas corriendo alrededor de la imagen de La Tierra creando círculos hasta completar la circunferencia pasando a convertirse en una imagen de La Tierra. En la pantalla se muestran las sobreimpresiones: “hashtag, #MuévetePorElPlaneta”, “LA HORA DEL PLANETA, APAGA LA LUZ, SÁBADO 26 MARZO | 20:30-21:30”, la página web “*horadelplaneta.es*” y el logotipo de la Asociación junto al número “60+” (los minutos de una hora que invitan a apagar las luces de forma simbólica) y debajo “*La hora del Planeta*”.

Un segundo anuncio de 2’57” de duración, muestra en la parte superior izquierda el logo de la Asociación junto al número “60+” y debajo el nombre de la campaña “la hora del planeta”. De igual forma se sobreimpresiona solo al inicio el título de la música que acompaña el anuncio y su intérprete “*Music: This Is Our Time by Where Oceans Meet*”. El vídeo contiene imágenes de lugares y personas de diferentes países acompañado de una locución en inglés subtitulada en español en defensa de la naturaleza y promoviendo el uso sostenible de los recursos naturales. Así mismo, interviene el Director General de WWF Internacional, y el Secretario General de la ONU. El vídeo finaliza con las mismas imágenes del primer anuncio.

Un tercer anuncio de 20 segundos con fondo musical y sobreimpresionado en la parte superior izquierda el logo de la Asociación junto 60+ y “*La hora del planeta*”, muestra diferentes imágenes tales como un desierto, un bosque en llamas, una carrera popular, dos personas corriendo etc., con la imagen de figuras animadas corriendo alrededor de La Tierra con la sobreimpresión “*LA VUELTA AL PLANETA*” y finaliza con las sobreimpresiones: del hashtag “#KmPorElPlaneta”, “*ÚNETE AL RETO*” y la web “*horadelplaneta.es*”.

Las creatividades de las cartelas son las siguientes:



II. FUNDAMENTOS 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 y cartelas remitidos por WWF ESPAÑA, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de tres anuncios y dos cartelas en el que pueden apreciarse valores de servicio público 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 y cartelas puedan beneficiarse de dicha condición y no sean considerados 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 y cartelas, 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 y cartelas 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 WORLD WIDE FUND FOR NATURE ESPAÑA, en relación con la campaña “La hora del planeta 2022”, cuyo objetivo es dar a conocer la invitación a apagar las luces de espacios públicos y privados durante una hora en todo el planeta el 26 de marzo, de 20:30 a 21:30 horas.

Esta exención queda condicionada a que se remita a esta Comisión, los certificados de gratuidad expedidos por el operador u operadores que vayan a difundir los anuncios y cartelas, 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 y cartelas 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.