

## **RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S.A. EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “UNIDOS POR LA PAZ”**

(EC/DTSA/011/22/CRTVE/UNIDOS POR LA PAZ)

### **CONSEJO. SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

#### **Presidente**

D. Mariano Bacigalupo Saggese

#### **Consejeros**

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D.<sup>a</sup> Pilar Sánchez Núñez

#### **Secretaria**

D.<sup>a</sup> María Ángeles Rodríguez Paraja

En Madrid, a 24 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 21 de marzo de 2022, ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la CORPORACIÓN DE RADIO TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S.A. (en adelante CRTVE), por el que se solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de dos faldones publicitarios, cuyas grabaciones aporta y que tiene como objetivo recaudar fondos de ayuda para Ucrania.

Televisión española va a realizar un programa especial de ayuda a Ucrania, el programa será emitido el día 6 de abril de 2022, en el programa y en las autopromociones se realizarán peticiones de ayuda a través de unos faldones publicitarios.

Los faldones tiene la composición siguiente: un fondo compuesto por los colores de la bandera de Ucrania, a la izquierda la sobreimpresión “Unidos por la Paz”, en el centro “Ucrania (símbolo del corazón) en el corazón” y debajo de esta sobreimpresión, como y donde se pueden hacer las donaciones de forma genérica, siendo en un faldón a través de Bizum con la sobreimpresión: “Donaciones: Bizum al XXX XXX XX” y debajo la web: “[unidosporucrania.org](http://unidosporucrania.org)” y otro faldón a través de una cuenta “Donaciones: XXXX XXXX XXXX XXXX XXXX XXXX” y debajo la página web “[unidosporucrania.org](http://unidosporucrania.org)”. Finalizan los dos faldones con las sobreimpresiones en la parte inferior: “logotipo *rtve*” y los logotipos de las organizaciones “*Acnur, CruzRoja y Cear (Comisión española de ayuda al refugiado)*”.

Las creatividades de los faldones son las siguientes:



## **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 faldones publicitarios remitidos por CRTVE, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de unos faldones en el 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 faldones puedan 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 los faldones, así como la relación de las franjas horarias en que se vayan 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 de los faldones 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 CORPORACIÓN DE RADIO Y TELEVISIÓN ESPAÑOLA, S.A., en relación con la campaña “Unidos por la paz”.

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 faldones, 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 faldones 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.