

RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FUNDACIÓN ATRESMEDIA EN RELACIÓN CON LA CAMPAÑA “UNA NUEVA MISIÓN”

(EC/DTSA/012/22/FUNDACIÓN ATRESMEDIA/UNA NUEVA MISIÓN)

CONSEJO. 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

D. Miguel Bordiu García-Ovies

En Madrid, a 7 de abril de 2022

De acuerdo con la función establecida en el artículo 9.11 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC, y con lo dispuesto en la Disposición Adicional Séptima de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, la Sala de la Supervisión Regulatoria, acuerda lo siguiente:

I. ANTECEDENTES

ÚNICO. - Con fecha 17 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 FUNDACIÓN ATRESMEDIA, por el que se solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de tres anuncios publicitarios, cuyas grabaciones aporta y que tiene como objetivo impulsar en niños y jóvenes el desarrollo de competencias que les permitan gestionar la información que consumen.

A través de la campaña “Una nueva Misión” la Fundación Atresmedia, asume los fines de Alfabetización Mediática e Informativa (AMI) de niños y jóvenes, temática promovida por la UNESCO y recientemente por el Consejo y el Parlamento Europeo. Este nuevo ámbito de intervención, además de trabajar con niños y jóvenes, también se pretende apoyar a las familias para facilitar su comprensión del nuevo entorno, así como al sector educativo, incentivando y reconociendo el desarrollo de buenas prácticas de alfabetización mediática e informativa.

Los tres anuncios, con duración de 55, 30 y 20 segundos respectivamente, muestran imágenes de diferentes grupos de personas: jóvenes, estudiantes, deportistas, familias, etc., y un asterisco rojo sobrevolando sobre los diferentes grupos con una locución sobreimpresionada: *“En la Fundación Atresmedia acercamos a niños y jóvenes el valor de la comunicación, acompañándolos a su desarrollo para que aprendan a comprender y gestionar correctamente la información que los rodea”*. El anuncio de 55 segundos de duración muestra imágenes del programa “Pasapalabra” en la televisión que una familia está viendo en casa, con la sobreimpresión del nombre del programa.

Finalizan los anuncios con el asterisco posándose y formando parte del logotipo de la fundación y la locución sobreimpresionada: *“hagamos juntos una sociedad más crítica y libre”* y “fundación atresmedia” y la imagen del logo.

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 de 30 y 20 segundos de duración remitidos por la Fundación Atresmedia, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de tres anuncios en el que pueden apreciarse valores de servicio público y que carecen, a su vez, de naturaleza comercial.

De igual forma, una vez analizado el anuncio de 55 segundos de duración remitido por la Fundación Atresmedia, no puede procederse a la estimación de la solicitud de exención solicitada por los siguientes motivos:

Si bien la parte del anuncio en la que se informa sobre el desarrollo de buenas prácticas de alfabetización mediática e informacional tiene un indudable carácter

de servicio público a los efectos del presente expediente, la exención de cómputo no se puede autorizar en la medida en que contiene elementos de autopromoción que resultan totalmente prescindibles.

En concreto, la escena donde aparece una familia contenta viendo el programa “Pasapalabra” de Antena 3 con su logotipo en la franja de 00:14 – 00:19. Tiene un claro carácter autopromocional.

La imagen de la escena referida es la siguiente:



En suma, se considera que este anuncio no reúne los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de una comunicación comercial en la que, aunque pueden apreciarse valores de servicio público, no queda acreditado que carezca, a su vez, de algún tipo de finalidad comercial. En concreto, podría entenderse que existe una Autopromoción de Atresmedia con su programación en el Canal Antena3, no teniendo este video de la campaña un carácter puramente benéfico o de servicio público.

No obstante, de conformidad con lo dispuesto en la Disposición Adicional Séptima de la LGCA, para que los anuncios de 30 y 20 segundos de duración 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, 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 del anuncio 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 ATRESMEDIA., en relación con los anuncios de 30 y 20 segundos de duración de la campaña “Una nueva misión”.

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, así como la relación de las franjas horarias en los que se vayan a emitir gratuitamente.

SEGUNDO. - Desestimar la solicitud de exención de cómputo publicitario presentada por la FUNDACIÓN ATRESMEDIA, en relación con el anuncio de 55 segundos de duración de la campaña “Una nueva misión”.

TERCERO. - 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.