

**ACUERDO POR EL QUE SE ARCHIVA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FUNDACIÓN GRANDES AMIGOS EN ACCIÓN EN RELACIÓN CON LA CAMPAÑA “SENSIBILIZACIÓN DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES”**

(EC/D TSA/001/24/GRANDES AMIGOS EN ACCIÓN/SENSIBILIZACIÓN DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES)

**CONSEJO. SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

**Presidenta**

D.<sup>a</sup> Pilar Sánchez Núñez

**Consejeros**

D. Josep Maria Salas Prat

D. Carlos Aguilar Paredes

**Secretaria**

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

En Madrid, a 12 de septiembre de 2024

Vista la solicitud presentada por la **FUNDACIÓN GRANDES AMIGOS EN ACCIÓN**, la Sala de Supervisión Regulatoria adopta el siguiente Acuerdo:

## **I. ANTECEDENTES**

**PRIMERO** – Con fecha 26 de julio de 2024, ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la FUNDACIÓN GRANDES AMIGOS EN ACCIÓN, por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un anuncio publicitario, cuya grabación aporta el 19 de agosto de 2024, y que tiene como objetivo sensibilizar a la sociedad sobre el edadismo (discriminación por edad) aprovechando el día internacional de las personas mayores.

**SEGUNDO** – En fecha 8 de julio de 2022 fue publicada en el Boletín Oficial del Estado la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA), entrando en vigor al día siguiente a su publicación (Disposición Final Novena).

## **II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS**

### **PRIMERO – HABILITACIÓN COMPETENCIAL**

De conformidad con el artículo 9 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, LCNMC) “*La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisará y controlará el correcto funcionamiento del mercado de comunicación audiovisual*”.

En este sentido, de conformidad con el artículo 9.10 de la LCNMC, corresponde a esta Comisión “*Controlar y supervisar el cumplimiento de las obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de ámbito estatal, de conformidad con el título VI de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual*”.

Atendiendo a lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la LCNMC y los artículos 8.2.j) y 14.1.b) del Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, por el que se aprueba el Estatuto Orgánico de la CNMC, el órgano decisorio competente para dictar la presente resolución es la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

### **SEGUNDO – EFECTOS DE LA REGULACIÓN ACTUAL DE LAS EXENCIONES DE CÓMPUTO PUBLICITARIO**

Con la entrada en vigor de la LGCA se modifica en la disposición final quinta la LCNMC, donde suprime el apartado 11 del artículo 9 de la anterior Ley de 2010 referida a las exenciones de cómputo, y se contempla en el punto 10 de dicho artículo 9 como función de la CNMC el “*Controlar y supervisar el cumplimiento de las obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual*”.

*televisivo de ámbito estatal, de conformidad con el título VI de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual”.*

Dentro del capítulo IV de la LGCA, sobre comunicaciones comerciales, el artículo 134 se refiere a los anuncios de servicio público o de carácter benéfico señalando que *“Se considera anuncio de servicio público o de carácter benéfico el que se difunde gratuitamente por un prestador del servicio de comunicación audiovisual con un objetivo de interés general, por afectar a un bien público que requiera especial protección o promoción”.*

Por su parte, el artículo 137.2 se refiere a la exención de cómputo publicitario de estos anuncios en los siguientes términos:

*2. Se excluyen expresamente del cómputo previsto en el apartado anterior los siguientes tipos de comunicaciones comerciales y contenidos audiovisuales:*

*(...)*

*f) Anuncios de servicio público o de carácter benéfico.*

*(...).*

Con carácter general, la aparición del nombre y logo del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, en el spot, por estar financiando esta campaña, no es un impedimento para que el anuncio pueda tener la condición de servicio público o de carácter benéfico.

Ahora bien, sin perjuicio de tener que cumplir con los requisitos establecidos por el precitado artículo 134 de la LGCA, la emisión de anuncios de servicio público o de carácter benéfico exenta del cómputo a los efectos de los límites a la emisión de comunicaciones comerciales que establece el artículo 137 de esta misma Ley, ya no está sujeta a un régimen de autorización previa. Por lo tanto, procede archivar la solicitud de la FUNDACIÓN GRANDES AMIGOS EN ACCIÓN sin más trámite.

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

## RESUELVE

**ÚNICO.** – Archivar la solicitud de exención de cómputo publicitario, presentada por la FUNDACIÓN GRANDES AMIGOS “Sensibilización Día internacional de las personas mayores”.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector audiovisual y notifíquese a los interesados:

**FUNDACIÓN GRANDES AMIGOS EN ACCIÓN**

Con esta Resolución se agota la vía administrativa, si bien cabe interposición de recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.