

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR FAMILIAS UNIDAS.

EC/DTSA/088/15/FAMILIAS UNIDAS

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Eduardo García Matilla

D. Josep Maria Guinart Solà

D^a. Clotilde de la Higuera González

D. Diego Rodríguez Rodríguez

Secretario de la Sala

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Barcelona, a 24 de noviembre de 2015

Visto el procedimiento relativo a la exención de cómputo publicitario solicitada, la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** acuerda lo siguiente:

I ANTECEDENTES

Único.- Con fecha 12 de noviembre de 2015 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de FAMILIAS UNIDAS por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de tres spots, cuyas grabaciones aporta, con motivo del lanzamiento de la campaña “Porque otro mundo es posible. Apadrina un niño”, que tiene como objetivo el apadrinamiento de 1.000 niños.

➤ Descripción del primer anuncio:

Comienza el anuncio con un plano del cantante Hugo Salazar sentándose en un baúl con su guitarra y un peluche al lado suyo. En el siguiente plano aparecen unos niños que se van sonrientes a la escuela, dos niños lavando a mano en un bidón y una niña en primer plano sonriendo a la cámara. Después vuelve aparecer Hugo Salazar en el mismo sitio, haciendo la despedida y

sosteniendo el peluche en sus manos. Todas estas imágenes van acompañadas de la siguiente locución: *“Colaboro con Fundación Familias Unidas, en estos días tan señalados no debemos olvidarnos de ellos. Por sesenta céntimos al día puedes mejorar las condiciones de vida de un niño. Llama al nueve cero dos, dieciséis, veinte, dieciséis, apadrina un niño”*.

El spot finaliza con la sobreimpresión *“Porque otro mundo es posible”*, el logotipo de la Fundación Familias Unidas y el número de teléfono de contacto.

La duración del anuncio es de 15 segundos.

➤ Descripción del segundo anuncio:

Comienza el anuncio con un primer plano del cantante Hugo Salazar sentándose en un baúl con su guitarra y un peluche al lado suyo. En el siguiente plano aparecen unos niños que se van sonrientes a la escuela, dos niños lavando a mano en un bidón y una niña en primer plano sonriendo a la cámara. Después vuelve aparecer Hugo Salazar en el mismo sitio, haciendo la despedida y sosteniendo el peluche en sus manos. Todas estas imágenes van acompañadas de la siguiente locución: *“Hola, soy Hugo Salazar y hoy no estoy aquí por mi música, colaboro con Fundación Familias Unidas. Por sesenta céntimos al día puedes mejorar las condiciones de vida de un niño. Porque otro mundo es posible, apadrina un niño. Llama al nueve cero dos, dieciséis, veinte, dieciséis. Tu ayuda, es importante”*.

El spot finaliza con la sobreimpresión *“Porque otro mundo es posible”*, el logotipo de la Fundación Familias Unidas y el número de teléfono de contacto.

La duración del anuncio es de 20 segundos.

➤ Descripción del tercer anuncio:

Comienza el anuncio con un primer plano del cantante Hugo Salazar sentándose en un baúl con su guitarra y un peluche al lado suyo. En el siguiente plano aparecen unos niños que se van sonrientes a la escuela, dos niños lavando a mano en un bidón y una niña en primer plano sonriendo a la cámara. Después vuelve aparecer Hugo Salazar en el mismo sitio, haciendo la despedida y sosteniendo el peluche en sus manos. Todas estas imágenes van acompañadas de la siguiente locución: *“Hola, soy Hugo Salazar y hoy no estoy aquí por mi música, colaboro con Fundación Familias Unidas. Por sesenta céntimos al día puedes mejorar las condiciones de vida de un niño. Desde hace más de quince años Familias Unidas trabaja para salvar las desigualdades. Porque otro mundo es posible, apadrina un niño. Elige seguir componiendo su*

futuro. Llama al nueve cero dos, dieciséis, veinte, dieciséis. Tu ayuda, es importante”.

El spot finaliza con la sobreimpresión *“Porque otro mundo es posible”*, el logotipo de la Fundación Familias Unidas y el número de teléfono de contacto.

La duración del anuncio es de 35 segundos.

II FUNDAMENTOS JURÍDICOS

Primero.- Habilitación competencial.

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.

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.”

Una vez analizados los spots publicitarios suministrados por FAMILIAS UNIDAS se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de unos anuncios de carácter benéfico que carecen de naturaleza comercial.

No obstante, de conformidad con lo dispuesto en la Disposición Adicional Séptima de la LGCA, para que estos anuncios 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 el anuncio, 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 la comunicación 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.

Por último, 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.

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

RESUELVE

Único.- Estimar la solicitud de exención de cómputo publicitario, presentada por FAMILIAS UNIDAS en relación con los anuncios de la Campaña “Porque otro mundo es posible. Apadrina un niño”.

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.