

## **Resolución por la que se estima la solicitud de exención de cómputo publicitario presentada por Cáritas Española.**

**Expte. EC/DTSA/1078/14/Cáritas Española.**

### **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA DE LA CNMC**

#### **Presidenta**

D<sup>a</sup>. María Fernández Pérez

#### **Consejeros**

D. Eduardo García Matilla  
D. Josep María Guinart Solá  
D<sup>a</sup>. Clotilde de la Higuera González  
D. Diego Rodríguez Rodríguez

#### **Secretario de la Sala**

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 11 de junio de 2014

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

## **I ANTECEDENTES**

**Único.-** Con fecha 28 de mayo de 2014 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de Cáritas Española por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un spot, integrante de la campaña “La doble X” y cuya grabación aporta, con el objetivo tendente a lograr que los contribuyentes opten por la cesión voluntaria del 0.7% de sus impuestos tanto para la Iglesia Católica como para Otros Fines de Interés Social, marcando las dos casillas correspondientes en su declaración de la renta anual.

Breve descripción del anuncio:

Comienza el anuncio con un plano de medio cuerpo de Ana Martín con una camiseta gris y un cuadrado con una gran X en su pecho, debajo pone “Fines Sociales”; se desdobra y aparece detrás otra Ana Martín pero con la camiseta roja y debajo de la X pone “Iglesia Católica”. Ambas permanecen en pantalla una al lado de la otra hasta que en un momento dado hablan a la vez, se van alternando en la locución. Avanza el vídeo y en la pantalla se ven dos cuadrados con dos X en su interior y debajo de cada una el texto “Iglesia Católica” y “Fines Sociales” respectivamente. Continúan las imágenes con los dos cuadrados y sus X en vertical (uno bajo el otro), al lado de cada uno de ellos aparece 0.7%, que avanzando el spot se suman y aparece 1.4%. Termina el anuncio con el logo de Cáritas.

Locución – *“Hola soy Ana Martín. Hola soy Ana Martín, marcando la casilla de la Iglesia en mi declaración de la Renta, ayudo a mucha gente, y yo si marco la casilla de Fines Sociales también ayudo a muchas personas. Entonces, ¿por qué no marcar las dos?”*

Voz en off – *“Sabías que puedes marcar las dos casillas en tu declaración de la Renta. Ayudarás el doble y a ti no te cuesta nada. Si ayudas, no te quedas a medias. Cáritas.”*

La duración del vídeo es de veinticuatro 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 visionada la grabación suministrada por Cáritas Española, se considera que reúne los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de un anuncio de carácter benéfico que carece de naturaleza comercial.

No obstante, de conformidad con lo dispuesto en dicho precepto legal, 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.

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 Cáritas Española, en relación con el anuncio de la campaña “La doble X”.

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.