

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FUNDACION WORLD
VISION INTERNATIONAL.**

EC/D TSA/048/15/FUNDACION WORLD VISION INTERNATIONAL

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 Madrid, a 30 de julio 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 16 de julio de 2015 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la Fundación World Vision International por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un spot, cuya grabación aporta, con motivo del lanzamiento de una nueva campaña “Apadrinamiento”, que tiene como objeto sensibilizar a la sociedad española sobre la necesidad de ayudar en países en vías de desarrollo, como Zimbabue, a niños y familias en situación de pobreza extrema.

➤ Descripción del anuncio:

El anuncio presenta a Juncal Rivero hablando sobre la problemática en Zimbabue en temas de agua, nutrición y educación, así como la manera en la que podemos ayudar a solucionar estos problemas. Juncal Rivero expone lo siguiente: *“Hola soy Juncal Rivero y soy madrina con World Vision de una niña. Aquí, en Zimbabue. Zimbabue es uno de los países más pobres del mundo. Por eso necesitamos tu ayuda. Los niños la necesitan. No todos*

tienen acceso a educación, y quienes la tienen hay veces que tienen que recorrer enormes distancias como Endelovo que camina cada día 24 kilómetros para poder ir a la escuela. “me encanta ir a la escuela” .La mayor parte de la población bebe agua contaminada lo que provoca enfermedades a los niños más pequeños incluso hasta la muerte. ¿Te imaginas a tus hijos bebiendo esta agua? Por favor llama al 900 90 20 22 o entra en www.worldvision.es y apadrina a un niño. Gracias a ti podrán beber agua limpia. Debido a la sequias muchos padres no pueden dar de comer de forma adecuada a sus hijos y sufren desnutrición. Gracias a ti podremos construir pozos y plantar huertos para que los niños tengan una alimentación adecuada y puedan crecer sanos. Por eso necesitamos tu ayuda para poder cambiar el futuro de estos niños, para construir escuelas para que puedan estudiar, para construir pozos y que puedan beber agua potable y para darle a las familias recursos para que estos niños puedan tener una vida sana y feliz. Con tu ayuda podremos lograrlo; cambiar la vida de un niño es posible .La de una comunidad también. ”.

El spot finaliza con el eslogan sobreimpreso: “Cambia la vida un niño, apadrina” junto con la impresión de todas las vías de contacto (teléfono, web) y del logo de la Fundación.

La duración del anuncio es de 1 minuto y 30 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 analizado el spot publicitario suministrado por la FUNDACION WORLD VISION INTERNATIONAL, 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 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.

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 la FUNDACION WORLD VISION INTERNATIONAL, en relación con el anuncio de la Campaña “Apadrinamiento”.

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.