

Resolución por la que se estima la solicitud de exención de cómputo publicitario presentada por UNICEF Comité Español.

Expte. EC/DTSA/1574/14/UNICEF Comité Español.

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA DE LA CNMC

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Eduardo García Matilla
D. Josep María Guinart Solá
D^a. Clotilde de la Higuera González
D. Diego Rodríguez Rodríguez

Secretario de la Sala

D. Tomás Suárez-Inclán González, Secretario del Consejo

En Madrid, a 9 de septiembre 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 2 de septiembre de 2014 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de UNICEF Comité Español por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de cinco spots, cuya grabación aporta, con el objetivo de concienciar a la sociedad sobre la situación que viven millones de niños en el mundo y la necesidad de apoyar económicamente a UNICEF para continuar su labor, integrante de la campaña “Henry Dixon”.

Breve descripción de los anuncios:

Anuncios 1 y 2 de 30'' de duración:

Locución.- "Hoy es el primer cumpleaños de Henry y podría ser el último, sufre una desnutrición tan severa que puede acabar con su vida. El rojo significa peligro. Dando 10€ al mes podemos darle el alimento que necesita para sobrevivir. Llama ahora al 900 907 123 (en el caso del anuncio 1) o al 900 907 104 (en el caso del anuncio 2), o entra en unicefayuda.es".

Imagen.- Comienza el anuncio con un primer plano de un bebé subsahariano dormido en una cama (Henry) con una vía intravenosa en la cabeza. El plano se acerca hacia la cara del bebé hasta notarse la respiración en su cara. Cambia el plano, la imagen nos muestra a Henry en brazos de su madre y las manos de un doctor midiendo el índice de masa corporal en el brazo de Henry. Continúa el anuncio con imágenes de la preparación de una comida líquida que se la dan a tomar al bebé. Termina el spot como empezó, con un primer plano de Henry sobre una cama pero esta vez despierto, el plano de la cámara se cierra sobre su cara y las sobreimpresiones nos refieren a una web: unicefayuda.es; al teléfono 900 907 123 (anuncio 1) 900 907 104 (anuncio 2) y el anagrama de UNICEF.

Anuncios 3, 4 y 5 de 60'' de duración.

Locución.- "Hoy es el primer cumpleaños de Henry y podría ser el último, sufre una desnutrición tan severa que puede acabar con su vida. Llama al 900 907 121(anuncio 3), 900 907 102 (anuncio 4), 900 907 900 (anuncio 5) o entra en unicefayuda.es y hazte socio. El rojo significa peligro. Henry necesita tu ayuda ahora. Dando 10€ al mes podemos darle el alimento que necesita para sobrevivir. La solución es fácil, hazte socio y ayúdanos a salvar vidas. Llama al 900 907 121(anuncio 3), 900 907 102 (anuncio 4), 900 907 900 (anuncio 5) o entra en unicefayuda.es y hazte socio. Los niños como Henry no tienen tiempo que perder".

Imagen.- Primer plano de Henry tumbado sobre una cama, moviéndose y llorando. Cambia al plano y Henry está plácidamente dormido, mediante un zoom la cámara se acerca hacia su cara hasta el punto de verse cómo respira; a continuación se vuelve a alejar el plano del bebé durmiendo sobre la cama y continúa el anuncio con imágenes del bebé sobre los brazos de su madre y un doctor midiendo su masa corporal con una cinta en su antebrazo; tras lo cual, las imágenes nos muestran la preparación de una comida líquida que se la dan a tomar a Henry. Termina el spot como empezó, con un primer plano de Henry sobre una cama pero esta vez despierto, el plano de la cámara se cierra sobre su cara y las sobreimpresiones nos refieren a una web: unicefayuda.es; al teléfono 900 907 121 (anuncio 3), 900 907 102 (anuncio 4), 900 907 900 (anuncio 5) y el anagrama de UNICEF.

La duración de los vídeos es de treinta y sesenta segundos respectivamente, dos de 30 segundos y tres de un minuto.

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 visionadas las grabaciones suministradas por UNICEF Comité Español, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo

publicitario, pues se trata de anuncios de carácter benéfico que carecen 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 UNICEF Comité Español, en relación con los anuncios de la campaña “Henry Dixon”.

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.