

Resolución por la que se estima la solicitud de exención de cómputo publicitario presentada por MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Expte. EC/DTSA/2106/14/MEDIASET ESPAÑA

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA DE LA CNMC

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 11 de diciembre 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 diciembre de 2014 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A. (en adelante, Mediaset España) por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de cuatro spots, cuya grabación aporta, con el objetivo de concienciar a la sociedad española a favor de la igualdad de género. Estos anuncios forman parte de la campaña “Doy la cara”.

En los anuncios sometidos a consideración se van sucediendo primeros planos de los presentadores, presentadoras o personajes conocidos que los protagonizan mientras se van enunciando las siguientes locuciones:

Primer spot: *“Doy la cara por las creadoras de vida, de arte, de ciencia, por las que viajan al espacio y las que luchan en la tierra. Todos podemos capitanear la igualdad. Todas somos dueñas de nuestro destino.”*

Segundo spot: *“Ya es hora de quitarse la máscara de tipos duros. De reconocer que nosotras podemos ser igual de fuertes. Que lloramos de alegría o de pena. Y en público. Doy la cara porque me siento libre de ser como soy.”*

Tercer spot: *“Doy la cara por los que ven la belleza con el corazón. Porque todas y todos somos distintos y únicos. Por las que se sienten perfectas con sus imperfecciones. Doy la cara por la belleza natural”.*

Cuarto spot: *“He visto un mundo extraordinario. He visto hombres y mujeres vivir en tolerancia y respeto. Y ese espíritu existe en todos nosotros. Doy la cara para que la igualdad no sea un misterio”.*

Todos los spots finalizan con la sobreimpresión del hashtag: #DOYLACARA y del logotipo de la campaña “12 meses 12 causas”.

La duración de cada uno de ellos es de 10 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 visionadas las grabaciones suministradas por Mediaset España, 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 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 MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A., en relación con los anuncios de la campaña “Doy la cara”.

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.