

Resolución por la que se estima la solicitud de exención de cómputo publicitario presentada por la FUNDACIÓN ATRESMEDIA.

Expte. EC/DTSA/1762/14/FUNDACIÓN ATRESMEDIA.

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. Joaquim Hortalà i Vallvé, p.s. Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 16 de octubre 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 7 de octubre de 2014 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la FUNDACIÓN ATRESMEDIA, por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de diez anuncios, cuyas grabaciones aporta.

Estos anuncios forman parte de la campaña “25 ANIVERSARIO DE LA CONVENCION DE LOS DERECHOS DEL NIÑO” y se pretende conmemorar este aniversario, junto con otras nueve entidades (UNICEF, Acción contra el Hambre,

Plan Internacional, ACNUR, Fundación Vicente Ferrer, Médicos sin Fronteras, Agua de Coco, Save the Children y Fundación Entreculturas), a través de una campaña de sensibilización y concienciación a la población española de la existencia de la Convención de los Derechos del Niño y de la importancia de que se cumplan y se respeten los derechos de la infancia.

Breve descripción de los anuncios:

Todos los anuncios tienen un mismo formato con ligeras variaciones en locución e imagen en función de la Entidad protagonista del anuncio. Así, la Fundación Atresmedia hace referencia a los derechos de expresión de los niños y, por ejemplo, ACNUR hace hincapié en la protección de los derechos de los niños refugiados o Acción Contra el Hambre pone su atención especialmente en la alimentación... En cuanto a la imagen, la exposición la hace en cada anuncio un representante de cada Entidad, para el caso de la Fundación Atresmedia es la presentadora Susanna Griso.

A título de ejemplo se describen los anuncios de la Fundación Atresmedia y de Acción contra el Hambre.

Anuncio de la Fundación Atresmedia:

Locución.- Susanna Griso dice: “Según la Convención de los Derechos del Niño, todos los niños tienen derecho a expresar su opinión y a que ésta se tenga en cuenta en los asuntos que les afecta. Como otras entidades, en la Fundación Atresmedia trabajamos para que tengan la oportunidad de ser escuchados. Celebramos el 25 aniversario de esta Convención con la esperanza de que todos los niños y niñas puedan ver cumplidos sus derechos en cualquier lugar del mundo”.

Imagen.- Comienza el anuncio con “25 aniversario, Derechos del Niño” y el logo de la Fundación Atresmedia en el centro de la pantalla. Continúa con un plano de medio cuerpo de Susanna Griso sobre un fondo de paisaje animado y explicando la campaña. Sobre el fondo se superpone el logo de la Fundación Atresmedia, unas veces a la izquierda de la pantalla y otras a la derecha de la pantalla. Termina el anuncio como empezó, con el texto de “25 aniversario, Derechos del Niño” y el logo de la Fundación Atresmedia.

Este mismo formato se sigue en cada uno de los restantes 9 anuncios. La diferencia estriba en la persona que sale en pantalla, en que en el desarrollo del anuncio aparece el logo de la Entidad que expone el anuncio y en que al final, además del logo de cada entidad, también aparece el de la Fundación Atresmedia.

Anuncio de Acción contra el Hambre.

Locución.- “Según la Convención de los Derechos del Niño, todos los niños tienen derecho a un desarrollo físico, mental, moral y espiritual y a una buena alimentación.

Como otras entidades, en Acción contra el Hambre trabajamos para que todos los niños puedan tener una nutrición que les permita crecer sanos. Celebramos el 25 aniversario de esta Convención con la esperanza de que todos los niños y niñas puedan ver cumplidos sus derechos en cualquier lugar del mundo”.

Imagen.- Con el mismo formato que el descrito para la Fundación Atresmedia, comienza el anuncio exactamente igual pero avanzando el anuncio, cambia el presentador, ahora es un hombre perteneciente a la entidad Acción contra el Hambre que hace la locución y el logo que aparece detrás de él ahora es el de Acción contra el Hambre. Termina el anuncio exactamente igual que el de la Fundación Atresmedia agregando el logo de Acción contra el Hambre en este caso y en cada caso el de la Entidad correspondiente.

La duración de cada uno de los anuncios es de 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 visionadas las grabaciones suministradas por la Fundación Atresmedia, 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 la Fundación Atresmedia que, junto con nueve entidades más (UNICEF, Acción contra el Hambre, Plan Internatiaonal, ACNUR, Fundación Vicente Ferrer, Médicos sin Fronteras, Agua de Coco, Save the Children y Fundación Entreculturas), promueve la conmemoración del “25 ANIVERSARIO DE LA CONVENCIÓN DE LOS DERECHOS DEL NIÑO”, mediante la difusión de los diez anuncios integrantes de la presente campaña.

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.