

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

Expte. EC/DTSA/2047/14/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. Tomás Suárez-Inclán González, Secretario del Consejo

En Madrid, a 2 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 21 de noviembre 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 tres anuncios, cuyas grabaciones aporta, con el objetivo de fomentar la igualdad de oportunidades en el empleo de las personas con algún tipo de discapacidad física o psíquica. Los spots forman parte de una campaña “Día Internacional de las Personas con Discapacidad” que se emitirán entre los días 26 de noviembre y 7 de diciembre.

Descripción de los anuncios:

- Primer spot

El anuncio sometido a consideración comienza con una sobreimpresión *“Hoy son modelos ante la cámara, mañana lo serán en su puesto de trabajo”* seguido del hashtag *modelo_1#PERSEVERANCIA*.

Acto seguido se muestran personas con algún tipo de discapacidad realizando una sesión fotográfica. Una de ella, Irene, interviene diciendo *“Lo intentaré hasta conseguirlo”* y una voluntaria añade *“Trabajamos por la igualdad de oportunidades”*. Estas frases, a su vez, aparecen sobreimpresionadas.

El spot continúa con la sobreimpresión del mensaje *“10 personas, 10 años de trabajo por la igualdad de oportunidades en el empleo”* y finaliza con los logotipos de la Fundación Atresmedia y Randstad Fundación con la frase *“juntos por la igualdad en el empleo”* en la parte central de la pantalla, y con el logo de la campaña *“10 años Randstad Fundación”* en el margen superior derecho.

La duración del anuncio es de 24 segundos.

- Segundo spot

Comienza con la sobreimpresión *“Hoy son modelos ante la cámara, mañana lo serán en su puesto de trabajo”* seguido del mensaje **MOTIVACIÓN**.

Acto seguido se muestran personas con algún tipo de discapacidad realizando una sesión fotográfica. Una de ella, Cristina, interviene diciendo *“Tener un trabajo nos llena de fuerza y energía”* y un voluntario añade *“Damos forma al mundo del empleo”*. Estas frases, a su vez, aparecen sobreimpresionadas.

El spot continúa con la sobreimpresión del mensaje *“10 personas, 10 años de trabajo por la igualdad de oportunidades en el empleo”* y finaliza con los logotipos de la Fundación Atresmedia y Randstad Fundación con la frase *“juntos por la igualdad en el empleo”* en la parte central de la pantalla, y con el logo de la campaña *“10 años Randstad Fundación”* en el margen superior derecho.

La duración del anuncio es de 20 segundos.

- Tercer spot

Comienza con la sobreimpresión *“Hoy son modelos ante la cámara, mañana lo serán en su puesto de trabajo”* seguido del mensaje **CAPACIDAD DE APRENDIZAJE**.

Acto seguido se muestran personas con algún tipo de discapacidad realizando una sesión fotográfica. Una de ella, Lucía, interviene diciendo *“Si no lo sé aprendo”* y una voluntaria añade *“Formamos a las personas para mejorar su empleabilidad”*. Estas frases, a su vez, aparecen sobreimpresionadas.

El spot continúa con la sobreimpresión del mensaje *“10 personas, 10 años de trabajo por la igualdad de oportunidades en el empleo”* y finaliza con los logotipos de la Fundación Atresmedia y Randstad Fundación con la frase *“juntos por la igualdad*

en el empleo” en la parte central de la pantalla, y con el logo de la campaña “10 años Randstad Fundación” en el margen superior derecho.

La duración del anuncio es de 20 segundos.

II FUNDAMENTOS JURÍDICOS

Primero.- Habilitación competencial

La Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC, 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 la FUNDACIÓN ATRESMEDIA, 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 FUNDACIÓN ATRESMEDIA, en relación con los anuncios de la campaña “Día Internacional de las Personas con Discapacidad”.

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.