

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

Expte. EC/DTSA/2065/14/FUNDACIÓN VICENTE FERRER

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 25 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 VICENTE FERRER por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de dos spots, cuya grabación aporta, con el objetivo de ayudar a mejorar las condiciones de vida de las comunidades indias más desfavorecidas. Esta iniciativa está encuadrada en la campaña benéfica “Cambia el presente”.

Descripción de los anuncios:

- Primer spot

El anuncio comienza con una sucesión de imágenes de personas anónimas (mujeres, hombres y niños) con un punto rojo pintado en la frente. Mientras se escucha la siguiente locución en off: *“Esto que ves aquí no es un punto rojo, es el poder de cambiar el presente. De que Ananda no tenga que casarse con 12 años y de que Neru pueda ir a la escuela en lugar de trabajar en el campo. Tú también tienes este poder, úsalo. Entra en www.cambiael presente.org y apadrina. Fundación Vicente Ferrer. Cambia el presente”*.

El spot finaliza con la sobreimpresión del mensaje www.cambiaelpresente.org APADRINA 902 222 929, del logotipo de la Fundación y del eslogan de la campaña *“Cambia el presente”*.

La duración del anuncio es de 20 segundos.

- Segundo spot

Al igual que en el anuncio anterior el spot comienza una sucesión de imágenes de personas anónimas (mujeres, hombres y niños) con un punto rojo pintado en la frente. Pero en esta ocasión se escucha la siguiente locución en off: *“Dicen que un poder es algo mágico, extraordinario, una fuerza sobrenatural. Pero nuestro poder es real, porque tenemos el poder de cambiar el presente. De que Neru pueda ir a la escuela en lugar de trabajar en el campo. De que Ananda no tenga que casarse con 12 años. El poder de que las castas más bajas no sean discriminadas. De mejorar las vidas de miles de familias indias. Esto que ves aquí no es un simple punto rojo, es un poder, y tú lo tienes, úsalo. Entra en www.cambiael presente.org y apadrina. Fundación Vicente Ferrer. Cambia el presente”*.

El spot finaliza con la sobreimpresión del mensaje www.cambiaelpresente.org APADRINA 902 222 929, del logotipo de la Fundación y del eslogan de la campaña *“Cambia el presente”*.

La duración del anuncio es de 45 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 VICENTE FERRER, 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 VICENTE FERRER, en relación con los anuncios de la campaña “Cambia el presente”.

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.