

Resolución por la que se estima la solicitud de exención de cómputo publicitario presentada por la SECRETARÍA DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD DEL MINISTERIO DE SANIDAD, SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD.

Expte. EC/DTSA/1920/14/SECRETARÍA DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD

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, 26 de noviembre 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 31 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 SECRETARÍA DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un anuncio, cuya grabación aporta, con el objetivo de prevenir, informar y sensibilizar sobre la violencia contra las mujeres, aumentando la concienciación sobre el problema e insertarlo como una de las manifestaciones más graves de la

desigualdad, para de este modo actuar sobre las causas que dan lugar a él y así, conseguir avanzar en prevención. Este anuncio forma parte de la campaña “Hay salida”.

Breve descripción del anuncio:

Locución.- Voz en Off dice: “Vivir con la persona que te humilla, que te ha dado una paliza, que te amenaza con que no volverás a ver a tus hijos. Vivir esto es ser víctima de malos tratos. Pero esto no tiene por qué ser así, hay otro final para la violencia de género. Un final en el que las víctimas dejan de serlo. Un final en el que hay salida. Gobierno de España”. El anuncio tiene una versión en catalán.

Imagen.- Comienza el anuncio con el primer fotograma de la secuencia, una mujer joven llorando. Las imágenes se van sucediendo de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo rellenándose toda la pantalla según va avanzando el anuncio. El último fotograma refleja a la misma mujer alegre, sonriente. Termina el anuncio con el slogan de la campaña en grandes caracteres y debajo el teléfono 016 de atención a las víctimas de malos tratos y el promotor de la campaña: Gobierno de España.



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 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 visionada la grabación suministrada por la Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad, se considera que reúne los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de un anuncio de servicio público 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 SECRETARÍA DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD, en relación con el anuncio de la campaña “Hay salida”.

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.