

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

Expte. EC/DTSA/1919/14/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 13 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 29 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 MEDIASET ESPAÑA por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de dos anuncios, 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”.

Breve descripción de los anuncios.

Anuncio - 1

Locución.- Una voz en off femenina dice: “Puedo ir muy maquillada, con máscara y corrector, sin nada a cara lavada o con esta cara de recién levantada. Salgo a correr. Haga lo que haga soy una mujer que siempre da la cara, para afrontar los retos sin miedo. Demostrar al mundo lo que valgo. Defender a los míos. Conseguir objetivos y aprender de mis errores, para recibir los besos de mis hijos, para conciliar ambición e ilusión. Doy la cara por las mujeres valientes, luchadoras, las que avanzan, por las mujeres coraje, las audaces. Doy la cara por la igualdad, por nosotras. Doy la cara.”

Imagen.- Comienza el anuncio con el plano de dos mujeres jóvenes frente al espejo maquillándose para avanzar sobre la imagen de una mujer en el coche poniéndose máscara de pestañas. Se van sucediendo imágenes de mujeres jóvenes en casa, despeinadas, corriendo, arregladas, en el trabajo, curando a un niño, cocinando, de viaje. Continúa el anuncio con una sucesión de primeros planos de mujeres con una pizarra entre sus manos. Pizarra en la que se lee: DOY LA CARA. Termina el anuncio con una pizarra ocupando toda la pantalla y en la que se lee: DOY LA CARA, debajo 12 MESES, más abajo Mediaset España y abajo del todo la web www.doylacara.com

Anuncio – 2

Locución.- Una voz en off masculina dice: “Doy la cara por las mujeres de mi vida, por mi madre, por mi hija, por Ana, por mi hermana, doy la cara por las mujeres que me han ayudado a ser quien soy. Por las mujeres valientes, luchadoras, las que avanzan, por las mujeres coraje, las audaces. Doy la cara por ti, por la igualdad. Doy la cara.”

Imagen.- En este caso son hombres jóvenes los protagonistas, se van sucediendo primeros planos con una pizarra entre las manos en la que se leen mensajes como: DOY LA CARA o IGUALDAD. El anuncio termina igual que el anterior.

La duración de los anuncios es de 35 segundos y 25 segundos respectivamente.

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, 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.