

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR MEDIASET ESPAÑA
COMUNICACIÓN, S.A.**

EC/DTSA/3/15/MEDIASET

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

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 Barcelona, a 5 de marzo de 2015

Visto el procedimiento relativo a la exención de cómputo publicitario solicitada, la **SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA** acuerda lo siguiente:

I ANTECEDENTES

Único.- Con fecha 19 de febrero de 2015 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A. (en adelante, Mediaset España) por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un faldón publicitario y cinco spots, cuya grabación aporta, con el objetivo de recaudar (con la venta de un audiolibro y sms solidarios) fondos a favor de los derechos de las mujeres. Estos anuncios forman parte de la campaña “Doy la cara” y se realiza en colaboración con Oxfam Intermon.

Descripción de los anuncios:

- Primer spot

En el anuncio aparecen dos cantantes conocidas exponiendo la siguiente locución: *“Es un disco que se lee. Es un libro que se escucha. Es el trabajo, la dedicación y el compromiso de muchas mujeres que mueven el mundo con su*

voz, con sus manos y con sus sueños. Con la compra de “Avanzadoras” estas apoyando todos los proyectos que Oxfam Intermon tienen a favor de los derechos de las mujeres. Avanza con nosotras. Avanzadoras. Ya disponible en tus puntos de venta habituales y en mi tienda Mediaset”.

El spot finaliza con la sobreimpresión del siguiente mensaje “Ya disponible en tus puntos de venta habituales y en mi tienda Mediaset. <http://tienda.mediaset.es>”.

La duración del anuncio es de 25 segundos.

- Segundo spot

En el anuncio se suceden imágenes de mujeres anónimas y de dos cantantes conocidas, estas últimas enuncian el siguiente mensaje: “Yo avanzo para darle voz a quien lo necesita. Ellas avanzan para conseguir un mundo mejor porque cuando las mujeres avanzan hacen avanzar a toda la sociedad. Nosotros avanzamos por una sociedad igualitaria. Doy la cara por las mujeres activas y comprometidas, doy la cara por las avanzadoras. Doce meses y Oxfam Intermon dan la cara”.

Al final del spot aparece sobreimpresionado el hashtag #DOYLACARA y los logotipos de la campaña “12 meses 12 causas” y “Oxfam Intermon”.

La duración del anuncio es de 25 segundos.

- Tercer, cuarto y quinto spot:

En estos anuncios aparece una cantante famosa enunciando el mismo mensaje en todos ellos: “Yo avanzo, tu avanzas, ellas avanzan por una sociedad igualitaria. Doy la cara por las que defienden sus derechos y hacen avanzar a la sociedad”. Los citados spots se diferencian, únicamente, porque en cada uno de ellos aparece la imagen de mujeres procedentes de distintos países (Paraguay, Nicaragua y Chad).

Los tres spots finalizan con la sobreimpresión del hashtag #DOYLACARA y los logotipos de la campaña “12 meses 12 causas” y “Oxfam Intermon”.

La duración de cada uno de ellos es de 10 segundos.

Por otro lado, el contenido del Faldón publicitario aportado es el siguiente:



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.

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 este anuncio pueda beneficiarse de dicha

condición y no sea considerado mensaje publicitario, 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), la relación de las franjas horarias en que se vayan a emitir gratuitamente. En el caso de que un operador distinto al solicitante pretenda difundir el anuncio, se deberá enviar también un certificado de gratuidad expedido por el operador. 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 el MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A., 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.