

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR MEDIASET ESPAÑA.

EC/DTSA/19/15/ MEDIASET ESPAÑA

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 Madrid, a 7 de mayo 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 23 de abril de 2015 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la MEDIASET ESPAÑA por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de unos spots, cuyas grabaciones aporta, con motivo del lanzamiento de una nueva campaña “Contra la trata no hay trato”, que tiene como objetivo sensibilizar a la sociedad de la realidad de la trata de personas y la explotación sexual. Esta iniciativa se encuadra en la campaña benéfica 12 meses, 12 causas.

➤ Descripción del primer anuncio:

En el anuncio se suceden varias imágenes de mujeres de distintas nacionalidades víctimas de la trata de personas. Todas estas imágenes se van presentado mientras se escucha la siguiente locución: *“Nadie es de nadie, yo debería ser mi única dueña, pero mi cuerpo no es mío, he sido vendida, golpeada, maltratada, humillada. Utilizada como un juguete de usar y tirar. La explotación de seres humanos es un delito. La trata de personas es la esclavitud del siglo XXI. Yo no quiero ser una mercancía, yo quiero ser libre. Ayúdanos a vencer la esclavitud sexual. Ayúdanos a dar la cara”.*

El spot finaliza con la frase el eslogan de la campaña: “#Doy la cara contra la trata de mujeres” y da paso a los logotipos de las entidades que promueven la campaña (Policía y Mediaset España) así como el logo de los 12 meses junto con la frase sobreimpresa: “Contra la trata no hay trato. Denúncialo” y el teléfono para su denuncia.

La duración del anuncio es de 35 segundos.

➤ Descripción del segundo anuncio:

En el anuncio se suceden varias imágenes de mujeres de distintas nacionalidades víctimas de la trata de personas. Todas estas imágenes se van presentando mientras se escucha la siguiente locución: *“Nadie es de nadie, yo debería ser mi único dueño, merezco ser respetada, pero mi cuerpo no es mío, he sido marcada a hierro como un animal, vendida como una mercancía, golpeada, maltratada, humillada. Utilizada como un juguete de usar y tirar. La explotación de seres humanos es un delito. En la actualidad, hay más de dos millones de esclavas sexuales en el mundo. La trata de personas es la esclavitud del siglo XXI. Yo no quiero ser una mercancía, yo quiero ser libre. Ayúdanos a vencer la esclavitud sexual. Ayúdanos a dar la cara”.*

El spot finaliza con la frase el eslogan de la campaña: “#Doy la cara contra la trata de mujeres” y da paso a los logotipos de las entidades que promueven la campaña publicitaria (Policía y Mediaset España) así como el logo de los 12 meses junto con la frase sobreimpresa: “Contra la trata no hay trato. Denúncialo” y el teléfono para su denuncia.

La duración del anuncio es de 50 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 analizados los spots publicitarios suministrados 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 servicio público 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 (para el caso de que sea emitido por un operador ajeno a MEDIASET), 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 dos anuncios de la Campaña “Contra la trata no hay trato”.

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.