

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO, PRESENTADA POR MANOS UNIDAS.

Expte. DTSA/EC026/2013

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA DE LA CNMC

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Eduardo García Matilla

D. Josep María Guinart Solá

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 14 de enero de 2014

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

ANTECEDENTES

- (1) Con fecha 18 de diciembre de 2013 ha tenido entrada un escrito de MANOS UNIDAS por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de tres spots, cuya grabación aporta, con el objetivo de sensibilizar sobre los efectos de la pobreza en las personas que viven en los países más desfavorecidos, integrante de la campaña “Efectos de la pobreza”.
- (2) Breve descripción de los anuncios:
El anuncio de 50’’ comienza con la imagen con un primer plano del rostro de una mujer joven sobre un fondo blanco, según va avanzando el spot el rostro de

la mujer va envejeciendo. A partir de los 35'' la mujer dice: la vida pasa para todos, pero no para todos pasa igual.

Tras la locución aparece en pantalla el siguiente mensaje: El hambre, la enfermedad, la explotación y la injusticia DEJAN HUELLA. Cambia el plano y gran parte de la pantalla la compone el siguiente mensaje: Ayudemos a eliminar sus efectos, 902 40 07 07, envía sms MANOS UNIDAS al 28014. Servicio sms válido para... y ofrecido por...

Termina el spot remitiéndonos a una web y con el logo de Manos Unidas.

- (3) El anuncio de 30'' comienza como el de 50'' pero su duración es menor hasta la locución y tras esta todo es igual que el anuncio anterior.

El anuncio de 20'' es igual que el de 30'' con un tiempo menor en la primera parte del envejecimiento de la cara y termina haciendo referencia a la web, se elimina la parte de Ayudemos a eliminar sus efectos...

La duración de los vídeos es de 50'', 30'' y 20'' respectivamente.

FUNDAMENTOS JURÍDICOS

- (4) La Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante 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".

- (5) Una vez visionadas las grabaciones suministradas por MANOS UNIDAS, se considera que los spots reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de anuncios de servicio público o carácter benéfico que carecen de naturaleza comercial.

- (6) No obstante, de conformidad con lo dispuesto en dicho precepto legal, 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 (CNMC), C/ Barquillo, 5 - 28014 Madrid, el certificado de gratuidad expedido por el operador u operadores que vayan a difundir los anuncios, así como la relación de las franjas horarias en que se van a emitir gratuitamente. Mientras tanto, dichos espacios se computarán como publicidad a los efectos establecidos en el artículo 14.1 de la LGCA.
- (7) 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

Estimar la solicitud de exención de cómputo publicitario, presentada por MANOS UNIDAS en relación con anuncio de la campaña “Efectos de la pobreza”.

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.