

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

Expte. DTSA/EC027/2013

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 dos spots, cuya grabación aporta, con el objetivo de informar y sensibilizar a la población española acerca de la realidad en la que viven millones de personas de los países más empobrecidos y obtener fondos para financiar proyectos de desarrollo en ellos, integrante de la campaña “¿Qué pones tú?”.

(2) Breve descripción de los anuncios:

El anuncio de 30'' se inicia con unas manos exprimiendo un trapo y música de guitarra de fondo, hay una sobreimpresión en la parte superior derecha que refuerza la imagen que reza: UNOS PONEN SUS MANOS.

El vídeo continúa con diversos mensajes y sus correspondientes imágenes que les refuerzan:

El mensaje de LA FUERZA se corresponde con la imagen de una mujer llevando un gran peso sobre la cabeza.

La alegría – dos niños sonrientes.

La experiencia – un hombre mayor.

El conocimiento – un maestro.

Las ganas – un niño estudiando.

En este punto cambia el sentido de los mensajes y continúan las imágenes de refuerzo:

Si cada uno – Mujer con bebé en brazos.

Pone algo de lo que tiene – Enfermera preparando una inyección.

Podemos cambiar el mundo – Niño de color sonriendo.

Juntos – Manos de adulto y niño entrelazadas.

Conectados – Un móvil.

Unidos – Utilizando una tableta.

Termina el vídeo con la imagen de un niño de color guiñando un ojo y con la sobreimpresión: ¿Qué pones tú? que es sustituida al final con la sobreimpresión del logo de MANO UNIDAS, un número de teléfono y una web a la que dirigirse.

(3) El anuncio de 20'' Idéntico al de 30'' quitando la parte correspondiente a los siguientes mensajes: Si cada uno – pone algo de lo que tiene – podemos cambiar el mundo – juntos – conectados – unidos.

La duración de los vídeos es de 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.3
- (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 “¿Qué pones tú?”.

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.