

Resolución por la que se estima la solicitud de exención de cómputo publicitario presentada por UNICEF Comité Español.

Expte. EC/DTSA/1715/14/UNICEF.

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. Joaquim Hortalà i Vallvé, p.s. Vicesecretario del Consejo

En Barcelona, a 9 de octubre de 2014

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

I ANTECEDENTES

Único.- Con fecha 25 de septiembre de 2014 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de UNICEF por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de cinco anuncios, cuya grabación aporta, con el objetivo de concienciar a la sociedad sobre los logros alcanzados en la reducción de la mortalidad infantil y la necesidad de apoyar económicamente a UNICEF para continuar su labor, integrante de la campaña “AHORA NO PODEMOS PARAR”.

Breve descripción de los anuncios:

Primer anuncio:

Locución.- Voz en off dice: Cada día mueren 17.000 niños por causas que podemos evitar.

Y tú vas, envías un SMS y puedes salvar a uno, y a uno más, y a otro y a muchos más; pues dale, ¿no?.

Envía ahora UNICEF al 28028. UNICEF, ahora no podemos parar.

Imagen.- Comienza el anuncio con un primer plano de dos niños con los brazos cruzados en el patio del colegio, al fondo hay muchos más jugando en lo que se supone es el recreo. En un momento dado y coincidiendo con música de fondo, estos dos niños comienzan a bailar, a estos dos niños se une otro y otro, y dos más y finalmente otro. Continúa el anuncio con los niños bailando en primer plano y una superposición en pantalla que dice: envía UNICEF al 28028 y en la parte inferior de la pantalla información sobre el coste de la llamada y operadores telefónicos válidos para esta campaña. Posteriormente este mensaje se sustituye por el logo de UNICEF. Termina el anuncio con los niños bailando y una superposición en el centro de la pantalla con el siguiente mensaje: AHORA NO PODEMOS PARAR.

Segundo anuncio:

Es exactamente igual que el primero a excepción del mensaje: "GRACIAS POR ENVIAR UNICEF AL 28028" que sustituye a "envía UNICEF al 28028".

Tercer anuncio:

Locución.- Voz en off: Cada día mueren 17.000 niños por causas que podemos evitar. Con solo un SMS podemos vacunar a un niño contra enfermedades mortales. Envía ahora UNICEF al 28028 y ayúdanos a seguir salvando vidas. UNICEF, ahora no podemos parar.

Imagen.- Primer plano de la cara de un niño dormido. Se llama Iridé, tiene 2 años y está en el Hospital de Gitega en Burundi. Se abre el plano y junto a él está su madre. Vuelve el plano sobre la cara del niño para posteriormente volverse a abrir y mostrarnos al niño dormido y una mano de su madre encima de su cuerpo. Otra vez el plano es el de la cara de Iridé dormido, que abre los ojos y se mueve. Avanza el anuncio con la imagen de un médico acercándose a la cama donde se encuentra Iridé, junto a él está su madre, el doctor saluda a la madre y ésta le sonríe. La imagen final es un plano de medio cuerpo de Iridé, despierto, incorporado de la cama y mirando fijamente a la cámara.

Cuarto anuncio:

Locución.- Voz en off dice: cada día mueren 17.000 niños por causas que podemos evitar. Con solo un SMS podemos vacunar a un niño contra enfermedades mortales. Envía ahora UNICEF al 28028 y ayúdanos a seguir salvando vidas.

Imagen.- Como el anterior, recortando en la duración de los planos para disminuir la duración del anuncio, pero sin renunciar a mostrar los mismos planos que el anuncio anterior.

Quinto anuncio:

Locución.- Voz en off: Cada día mueren 17.000 niños por causas que podemos evitar. Envía ahora UNICEF al 28028 y ayúdanos a seguir salvando vidas.

Imagen.- Primer plano de Iridé dormido que de repente abre los ojos. Termina el anuncio con el médico acercándose a la cama donde se encuentra Iridé, junto a él está su madre, el doctor saluda a la madre y ésta le sonrío

La duración de los anuncios es la siguiente:

ANUNCIO	DURACIÓN
1º	30''
2º	30''
3º	30''
4º	20''
5º	10''

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 UNICEF, 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 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 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 UNICEF, en relación con los anuncios de la campaña “AHORA NO PODEMOS PARAR”.

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.