

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

EC/DTSA/071/16/MANOS UNIDAS

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Eduardo García Matilla

D^a. Clotilde de la Higuera González

D. Diego Rodríguez Rodríguez

D^a. Idoia Zenarrutzabeitia Beldarraín

Secretario de la Sala

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 17 de noviembre de 2016

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

I ANTECEDENTES

Único.- Con fecha 8 de noviembre de 2016 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de MANOS UNIDAS por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de tres spots publicitarios y un faldón, cuyas grabaciones aporta, con motivo del lanzamiento de la campaña “Une tu mano a las nuestras”, cuyo objetivo es 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 y lucha contra el hambre.

➤ Descripción de los anuncios:

Se trata de 3 spots de 20 segundos de duración en los que se informa a la sociedad de los proyectos que lleva acabo MANOS UNIDAS tales como la construcción de pozos o escuelas con el objetivo de ayudar al desarrollo de los países del tercer mundo.

En los tres anuncios se transmite la necesidad de colaboración por parte de toda la sociedad para poder frenar el hambre en el mundo.

Terminan los vídeos con el logotipo de MANOS UNIDAS, junto al nombre de la campaña: “Une tu mano a las nuestras” junto con la web de contacto: manosunidas.org y el teléfono de contacto: 900 811 888.

- El faldón publicitario aportado es el siguiente:



The advertisement features the Manos Unidas logo at the top, which consists of a globe with two hands cupping it. Below the logo, the text reads "Manos Unidas" in a large, bold font, followed by "CAMPAÑA CONTRA EL HAMBRE" in a smaller font. A central white box contains the text "Envía MANOS UNIDAS al 28014" in a large, bold font. Below this box, there is a line of text: "El coste del mensaje (1,20€) irá destinado íntegramente a los fines solidarios de Manos Unidas." At the bottom, there is a line of smaller text: "* Servicio de SMS. Colaboran: Movistar, Vodafone, Orange, Yoigo y Euskaltel." At the very bottom, there is a small line of text: "* Operado por ALTIRIA TIC, www.altiria.com, y la Asociación Española de Fundraising, www.aefundraising.org, nº de atención al cliente 902 00 28 98, apdo. de correos 36.059 - 28080 Madrid."

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 y el faldón publicitario suministrados por MANOS UNIDAS, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de unos 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 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.

Asimismo, la emisión de la comunicación ha de producirse con posterioridad a la solicitud y a la resolución estimatoria, en virtud de lo dispuesto en el apartado primero del “Acuerdo por el que se definen los criterios a aplicar en los procedimientos de exención de cómputo publicitario” (EC/DTSA/041/15), dictado por esta Sala el 9 de julio de 2015.

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 MANOS UNIDAS, en relación con los anuncios y el faldón publicitario de la campaña “Une tu mano a las nuestras” de MANOS UNIDAS.

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.