

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA CONFEDERACIÓN
ESPAÑOLA DE FAMILIAS DE PERSONAS SORDAS (FIAPAS) EN
RELACIÓN A LA CAMPAÑA “QUE LO ESCUCHE TODO EL MUNDO”**

**EC/DTSA/052/19/CONFEDERACIÓN FIAPAS/ QUE LO ESCUCHE TODO EL
MUNDO**

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Benigno Valdés Díaz

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

Secretario de la Sala

D. Joaquim Hortalà i Vallvé, Secretario del Consejo

En Madrid, a 28 de noviembre de 2019

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

I ANTECEDENTES

Único. - Con fecha 15 de noviembre de 2019 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la Confederación Española de Familias de Personas Sordas (FIAPAS) por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un anuncio publicitario, cuya grabación aporta, que tiene como objetivo dar a conocer a la sociedad la realidad de las personas sordas.

Con la campaña “Que lo Escuche Todo el Mundo”, FIAPAS con la ayuda del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social y la Fundación ONCE, pretende llamar la atención sobre la necesidad de la accesibilidad auditiva, promoviendo el acceso y el uso a los productos de apoyo a la audición, como el bucle magnético, para que las personas sordas puedan acceder, conocer, participar y contribuir al patrimonio común.

El anuncio, de 20 segundos de duración, comienza con la sobreimpresión en la parte superior derecha “MUSICA”, que se escucha durante la emisión del anuncio. Continúa con las imágenes de una estación de metro, muestra su

logotipo del cual desaparece la “T” y, continúa la escena con una pareja a las puertas de un teatro de cuyo rótulo también desaparece la “T”. La mujer dice: “no hay teatro” y el hombre: “ni tiempo”, mostrando un reloj. Otra persona busca en internet ofertas de trabajo, desapareciendo la “t” de todas las palabras. A continuación, se sobrepone: “Sin T nada tiene sentido”, “Las personas sordas tenemos derecho a contar con apoyos Tecnológicos en el entorno”.

El anuncio concluye con el logotipo de FIAPAS y las sobrepuestas: “Con la financiación del Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social y la Fundación ONCE”.

II FUNDAMENTOS JURÍDICOS

Primero. - Habilitación competencial

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.”

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

Una vez analizado el anuncio remitido por FIAPAS, se considera que reúne los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de un anuncio en el que puede apreciarse valores de carácter benéfico e interés social y que carece, a su vez, de naturaleza comercial.

No obstante, de conformidad con lo dispuesto en la Disposición Adicional Séptima de la LGCA, para que este anuncio pueda beneficiarse de dicha condición y no sea considerado mensaje publicitario, 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 vaya a emitir gratuitamente. Mientras tanto, dicho anuncio se computará como publicidad a los efectos establecidos en el artículo 14.1 de la LGCA.

Asimismo, la emisión de este anuncio 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 la Confederación Española de Familias de Personas Sordas (FIAPAS), en relación con la campaña “Que lo Escuche Todo el Mundo”, que busca dar a conocer a la sociedad la invisibilidad y el desconocimiento existente acerca de las barreras a las que se enfrentan, en su día a día, las personas sordas.

Esta exención queda condicionada a que, con carácter previo a su difusión, se remitan a esta Comisión, los certificados de gratuidad expedidos por el operador

u operadores que vayan a difundir el anuncio, así como la relación de las franjas horarias en las que se vaya a emitir gratuitamente.

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.