

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE  
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA ASOCIACIÓN  
PROYECTO HOMBRE EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “BUENAMENTE”**

**EC/D TSA/005/20/ASOCIACIÓN PROYECTO HOMBRE/BUENAMENTE**

**SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

**Presidenta**

D<sup>a</sup>. 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. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 30 de enero de 2020

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

**I ANTECEDENTES**

**Único.** - Con fecha 21 de enero de 2020 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la ASOCIACIÓN PROYECTO HOMBRE 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 sensibilizar a los padres de la necesidad de fomentar el buen uso de las tecnologías entre los adolescentes.

A través de la campaña “BUENAMENTE”, la ASOCIACIÓN PROYECTO HOMBRE, haciendo un guiño a la famosa canción de la cantante Rosalía “Malamente”, se dirige a las madres y padres instándoles a que se “modernicen” para saber cómo educar a sus hijos adolescentes y para remitirles a su web donde podrán encontrar las herramientas necesarias para educarles en un buen uso de las tecnologías.

Esta campaña cuenta con la financiación del Ministerio de Sanidad.

En el anuncio, de 30 segundos de duración, se muestra inicialmente a un grupo mujeres maduras interpretando un video clip de la cantante Rosalía, y a continuación aparecen chicas con su móvil en diferentes situaciones cotidianas

(haciéndose un selfi, chateando, hablando). Por último, una chica se muestra escuchando un audio en su móvil pegado a su oreja en la cocina, que, al prescindir de una mano, acaba tirando sobre la mesa los objetos del desayuno, bajo la mirada de preocupación de sus padres. Durante las escenas, se escucha una voz en off sobreimpresionada acerca de las dudas que tienen los padres en la comunicación con sus hijos y su comportamiento al usar los dispositivos móviles.

El anuncio continúa con una sobreimpresión “si tienes dudas, habla con Proyecto Hombre”, dándose paso a una escena final de una madre y una hija que se muestran cómplices y alegres preparando la joven a su progenitora para imitar a la citada cantante.

Finaliza el anuncio, con una sobreimpresión final “PROYECTO HOMBRE”, “Resuelve tus dudas sobre el uso de la tecnología”, el hashtag “#Buenamente” la página web de la Asociación [www.proyectohombre.es/buenamente](http://www.proyectohombre.es/buenamente), y la sobreimpresión “con la financiación de la DGPNSD”.

## II FUDAMENTOS 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 la ASOCIACIÓN PROYECTO HOMBRE, 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 pueden apreciarse valores de servicio público y que, a su vez, carece 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/D TSA/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 ASOCIACIÓN PROYECTO HOMBRE, en relación con la campaña “BUENAMENTE” dirigida a madres y padres, que pretende promover un uso responsable de las TIC, y adecuado a la edad y madurez del menor.

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 vayan 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.