

**RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO
PUBLICITARIO PRESENTADA POR MANOS UNIDAS EN RELACIÓN A LA
CAMPAÑA “CONTAGIA SOLIDARIDAD PARA ACABAR CON EL HAMBRE”****EC/D TSA/111/20/MANOS UNIDAS/CONTAGIA SOLIDARIDAD PARA
ACABAR CON EL HAMBRE****SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA****Presidente**

D. Ángel Torres Torres

Consejeros

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D^a. Pilar Sánchez Núñez**Secretario**

D. Joaquim Hortalà i Vallvé

En Madrid, a 14 de enero de 2021

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

I ANTECEDENTES

Único. - Con fecha 16 de diciembre de 2020, han 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 un anuncio y cuatro modelos de faldones, cuyas grabaciones e impresiones aporta, y 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.

En el anuncio, de 20 segundos de duración, disponibles en español, catalán, gallego y euskera, en los que se ofrecen imágenes de diferentes personas voluntarias y una voz en off va diciendo que están contagiados y se sobreimpresiona “DE SOLIDARIDAD”, continúa la voz en off: “Hay contagios que salvan vidas” ofreciendo imágenes de poblados y niños de lugares menos favorecidos y la sobreimpresión: “MÁS DE 800 MILLONES DE PERSONAS PADECERÁN HAMBRE EN EL MUNDO”

El anuncio finaliza con las sobreimpresiones: el logotipo de “Manos Unidas” “Campaña contra el hambre”, el número de teléfono “900811888”, el código bizum “33439” y la web “www.manosunidas.org”.

Los cuatro faldones móviles publicitarios, con cuatro secuencias son los siguientes:



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 y los faldones publicitarios remitidos por MANOS UNIDAS, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de un anuncio y faldones en los que pueden apreciarse valores de carácter benéfico e interés social y, a su vez, carecen de naturaleza comercial.

No obstante, de conformidad con lo dispuesto en la Disposición Adicional Séptima de la LGCA, para que este anuncio y faldones puedan beneficiarse de dicha condición y no sea considerado 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 y los faldones, 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 las comunicaciones 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.

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.

Habida cuenta de que, de acuerdo con lo establecido en la disposición adicional séptima de la LGCA, “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”, la exención de cómputo publicitario no podrá comprender las emisiones del anuncio que hayan tenido lugar con carácter previo a la presente resolución.

Por todo cuanto antecede, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia,

RESUELVE

Primero. - Estimar la solicitud de exención de cómputo publicitario, presentada por MANOS UNIDAS, en relación con el anuncio y los faldones publicitarios de la campaña “Contagia solidaridad para acabar con el hambre”, que persiguen la sensibilización a la sociedad en favor de la lucha contra el hambre y la solidaridad con los más desfavorecidos.

Esta exención queda condicionada a que se remita a esta Comisión, los certificados de gratuidad expedidos por el operador u operadores que vayan a difundir el anuncio y los faldones, así como la relación de las franjas horarias en los que se vayan a emitir gratuitamente.

Segundo. - Esta exención de cómputo publicitario no se extiende en ningún caso a las emisiones del anuncio que haya podido tener lugar con carácter previo a la presente resolución.

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.