

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR EL GRUPO ESPAÑOL DE PACIENTES CON CANCER

EC/D TSA/35/15/GRUPO ESPAÑOL DE PACIENTES CON CANCER

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Eduardo García Matilla

D. Josep Maria Guinart Solà

D^a. Clotilde de la Higuera González

D. Diego Rodríguez Rodríguez

Secretario de la Sala

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 18 de junio de 2015

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

I ANTECEDENTES

Único.- Con fecha 9 de junio de 2015 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito del GRUPO ESPAÑOL DE PACIENTES CON CANCER por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un spot, cuya grabación aporta, con motivo del lanzamiento de la campaña “Si todo el mundo te lo dice, quizá deberías revisarte” que tiene como objetivo aumentar la sensibilización respecto a la enfermedad, favorecer su normalización social y acercar tanto a pacientes como a familiares información y recursos .

➤ Descripción del anuncio:

En el anuncio aparece un hombre de mediana edad primero sentado en el sofá de su casa con su hija y luego paseando por la calle. Tanto su hija como los desconocidos que se encuentra por la calle le recuerdan la necesidad de revisarse de manera periódica como medida de prevención del

cáncer de próstata. Estas imágenes se van presentando mientras se escucha la siguiente locución: *“Papá, ¿cuándo vas a ir al médico? No te preocupes, ya iré. ¿No crees que deberías revisarte? ¿Cómo dices? ¿Perdona? vaya, por lo que pueda pasar. Oiga, estimado caballero. ¿Me habla a mí? No quisiera causarle ningún contratiempo pero debería ir al médico.”* Para finalizar se presenta la siguiente locución en off: *“Cada año más de 25.000 hombres son diagnosticados de cáncer de próstata. Si todo el mundo te lo dice, revísate. El 11 de junio ponte la corbata. Es una iniciativa del Grupo Español de Pacientes con Cáncer”.*

El spot finaliza con el logotipo sobreimpreso de la entidad que promueve la campaña (GRUPO ESPAÑOL DE PACIENTES CON CÁNCER) junto a la web de contacto: www.sitodoelmundotelodice.com y la frase sobreimpresa: 11 de junio Día Mundial del Cáncer de Próstata.

La duración del anuncio es de 29 segundos.

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 analizado el spot publicitario suministrado por el GRUPO ESPAÑOL DE PACIENTES CON CANCER se considera que reúne los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de un anuncio de carácter benéfico que carece 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.

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 GRUPO ESPAÑOL DE PACIENTES CON CANCER, en relación con el anuncio de la Campaña “Si todo el mundo te lo dice, quizá deberías revisarte”.

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.