

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FUNDACION DE
AYUDA CONTRA LA DROGADICCION.**

EC/D TSA/36/15/FUNDACION DE AYUDA CONTRA LA DROGADICCION

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. Tomás Suárez-Inclán González, Secretario del Consejo

En Madrid, a 23 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 16 de abril de 2015 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de dos spots, cuyas grabaciones aporta, con motivo del lanzamiento de una nueva campaña “#Construye actitud”, que tiene como objetivo sensibilizar a los jóvenes españoles de 14 a 25 años acerca de la importancia de “construir una actitud positiva” para conseguir realizar “casi cualquier cosa” y ser menos vulnerables a los consumos de drogas.

➤ Descripción del primer anuncio:

El anuncio comienza con una imagen de un chico caminado dando paso a otro plano, con otras personas donde muestran seguridad en sí mismos y por ello una buena actitud para emprender cualquier acción. Todas estas imágenes se van presentado mientras se escucha la siguiente locución en off: “Hay una pequeña diferencia entre “Qué difícil es esto” y “yo esto lo

saco”. Construye actitud y con esa actitud construye todo lo que puedas. Porque cuantas más cosas construyas en tu vida menos espacio dejarás a las drogas”.

El spot finaliza con el nombre de la campaña: Construye y el logotipo de la Fundación junto con la impresión de todas las vías de contacto (teléfono, web y redes sociales).

La duración del anuncio es de 20 segundos.

➤ Descripción del segundo anuncio:

El anuncio comienza con una imagen de una chica en una sala de espera para dar paso a otro plano, con otras personas donde se muestran seguras de sí mismos y por ello albergan una buena actitud para emprender cualquier acción. Todas estas imágenes se van presentando mientras se escucha la siguiente locución en off: *“Hay una pequeña diferencia entre “No sé si me van a coger” y “me tienen que coger”. Construye actitud y con esa actitud construye todo lo que puedas. Porque cuantas más cosas construyas en tu vida menos espacio dejarás a las drogas”.*

El spot finaliza con el nombre de la campaña: Construye y el logotipo de la Fundación junto con la impresión de todas las vías de contacto (teléfono, web y redes sociales).

La duración del anuncio es de 20 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 analizados los dos spots publicitarios suministrados por la FUNDACION AYUDA CONTRA LA DROGADICCION, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de dos 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.

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 FUNDACION AYUDA CONTRA LA DROGADICCION, en relación con el anuncio de la Campaña “#Construye actitud”.

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.