

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE  
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FUNDACIÓN FAD EN  
RELACIÓN CON LA CAMPAÑA “VERDE CONSTANCIA”**

**EC/D TSA/029/17/FAD VERDE CONSTANCIA**

**SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

**Presidenta**

D<sup>a</sup>. María Fernández Pérez

**Consejeros**

D. Eduardo García Matilla

D. Diego Rodríguez Rodríguez

D<sup>a</sup>. Idoia Zenarrutzabeitia Beldarraín

D. Benigno Valdés Díaz

**Secretario de la Sala**

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 18 de mayo de 2017

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

**I ANTECEDENTES**

**Único.-** Con fecha 5 de mayo de 2017 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la Fundación FAD por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un spot, cuya grabación aporta, con el objetivo de disuadir a los jóvenes del consumo de drogas.

➤ Descripción del anuncio:

Se trata de un spot de 20 segundos de duración en el que se propone a los jóvenes que fomenten la constancia para perseguir sus metas en la construcción de su proyecto de vida. Con esta nueva campaña se anima a la juventud a que desarrollen su capacidad de esfuerzo, de tenacidad y de autocontrol para conseguir los objetivos que se marquen. Para ello muestran a una chica joven tumbada en el sillón viendo a unas gimnastas en la televisión, lo que califica de estado de “Verde esperanza”, aludiendo a la idea de “espero que pase, un deseo”. A continuación la chica da el paso de ponerse a entrenar para ser también gimnasta rítmica, lo que se identifica con el color “Verde

constancia” y las ideas de hacer mil veces las cosas y perseverar para conseguir las metas. Acaba el anuncio mostrando a tres niñas preparadas para competir esta modalidad deportiva, y con el eslogan “Utiliza el # verde constancia y # construye, porque mientras más cosas construyas en tu vida menos espacio dejas a las drogas”, seguido del logotipo de la Fundación FAD y la indicación de su web [www.fad.es](http://www.fad.es) y el teléfono 900 16 15 15, [verdeconstancia.es](http://verdeconstancia.es).

## II FUDAMENTOS 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 visionada la grabación suministrada por la Fundación FAD, 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 características y valores de servicio público e interés social relacionados con la juventud y la preservación de su salud 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 espacio se computarán como publicidad a los efectos establecidos en el artículo 14.1 de la LGCA.

Asimismo, la emisión de la comunicación 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 Fundación FAD, en relación con la campaña “Verde constancia” cuyo anuncio tiene como objetivo concienciar a los jóvenes de la importancia de perseguir sus metas dejando de lado a las drogas.

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.