

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FUNDACIÓN
THEODORA EN RELACIÓN CON LA CAMPAÑA “LLEVA ILUSIÓN A LOS
NIÑOS HOSPITALIZADOS”****EC/D TSA/042/17/FUNDACIÓN THEODORA/LLEVA ILUSIÓN A LOS NIÑOS
HOSPITALIZADOS****SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA****Presidenta**D^a. María Fernández Pérez**Consejeros**D^a. Idoia Zenarrutzabeitia Beldarrain

D. Benigno Valdés Díaz

D. Fernando Torremocha y García-Sáenz

D. Mariano Bacigalupo Saggese

Secretario de la Sala

D. Joaquim Hortalà i Vallvé, Secretario del Consejo

En Madrid, a 25 de julio 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 19 de julio 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 THEODORA por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un spot publicitario, cuya grabación aporta, que busca recaudar fondos para sostener la labor de esta Fundación que participa en la recuperación de niños hospitalizados despertándoles la sonrisa.

A través de la campaña “Lleva ilusión a niños hospitalizados”, la FUNDACION THEODORA pretende mostrar su misión de contribuir terapéuticamente en la mejora de la salud de niños hospitalizados y despertar la ilusión de posibles donantes en hacer realidad este objetivo.

El spot, de 30 segundos de duración, muestra a dos de los “Doctores Sonrisa” de la Fundación Theodora que visitan a niños hospitalizados para jugar y hacerles reír, de forma que les ayudan a aliviar la tensión que sufren al estar ingresados en un hospital. Se interpela a los telespectadores con frases como:

“¿Se te ocurre algo más bonito que un niño ilusionado? Cada año la Fundación Theodora lleva ilusión a más de 30.000 niños hospitalizados”.

El anuncio acaba mostrando las cartelas:

“MANDA ILUSIÓN AL 28014,
AYÚDANOS A ACTIVAR
#MODOSONRISAON”

Por último aparece en la parte baja de la imagen el logo:

“FUNDACIÓN THEODORA,
Llevamos ilusión a nuestros niños hospitalizados”.

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 analizado el spot remitido por la FUNDACIÓN THEODORA, 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 interés social relacionados con la infancia y la mejora de su salud emocional 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 spot se computarán 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/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 THEODORA, en relación con la campaña “LLEVA ILUSIÓN A LOS NIÑOS HOSPITALIZADOS” de recaudación de fondos para financiar la actividad de aquella Fundación que contribuye a llevar ilusión y mejorar así el estado de ánimo de los niños hospitalizados.

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.