

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR MEDIASET EN RELACIÓN
A LA CAMPAÑA CONTRA EL CANCER**

EC/DTSA/060/17/MEDIASET/CAMPAÑA CONTRA EL CANCER

SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidenta

D^a. María Fernández Pérez

Consejeros

D. Benigno Valdés Díaz
D. Mariano Bacigalupo Saggese
D. Bernardo Lorenzo Almendros
D. Xabier Ormaetxea Garai

Secretario de la Sala

D. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 7 de noviembre 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 30 de octubre de 2017 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de Mediaset por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de cuatro spots publicitarios, que tienen como objetivo la prevención y detección precoz del cáncer de mama y de próstata. Aporta las grabaciones de tres de ellos y el guión del cuarto, que se encuentra en fase de producción y de similares características a los anteriores.

A través de esta campaña Mediaset, con la colaboración de la Asociación Española contra el Cáncer (AECC), pretende concienciar sobre la importancia de detectar a tiempo el cáncer de mama y de próstata, para lo que propone que se recuerden en las familias unos a otros la importancia de hacer la revisión anual del urólogo o del ginecólogo, especialmente si hay un componente hereditario presente, anima a realizar ejercicio físico de forma regular y a evitar dietas con alto contenido en grasas, puesto que estas medidas ayudan a reducir el riesgo de padecer cáncer.

Los spots, de 35 segundos de duración, son piezas animadas con dos personajes sin locución que van comunicándose con mensajes en bocadillos y una música de fondo conocida.

Concluyen los spots con las sobreimpresiones “PORQUE TE QUEREMOS, QUEREMOS QUE TE CUIDES. MEDIASET 12 MESES, CON LA COLABORACIÓN DE AECC, INFORMA CANCER 900100036”.

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 analizados los spots remitidos por Mediaset, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues en ellos pueden apreciarse valores de interés social relacionados con la prevención del cáncer y que carecen, a su vez, 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 los anuncios, así como la relación de las franjas horarias en que se vayan a emitir gratuitamente. Mientras tanto, dichos spots se computarán como publicidad a los efectos establecidos en el artículo 14.1 de la LGCA.

Asimismo, la emisión de estos anuncios 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/D TSA/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 Mediaset en su campaña contra el cáncer en que se busca concienciar sobre la importancia de la detección precoz del cáncer de mama y de próstata.

En relación al cuarto spot, que se encuentra en fase de producción, la estimación queda condicionada a que su contenido y características de emisión sean similares al resto de spots y sin ningún elemento de naturaleza comercial.

Esta exención queda condicionada a que, con carácter previo a su difusión, se remitan a esta Comisión, los certificados de gratuidad expedidos por el operador u operadores que vayan a difundir los anuncios, así como la relación de las franjas horarias en las que se vayan a emitir gratuitamente.

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.