

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE DESESTIMA LA EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADO POR LA FUNDACIÓN ATRESMEDIA EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “DÍA NACIONAL DEL NIÑO HOSPITALIZADO”.

EC/D TSA/024/18/FUNDACIÓN ATRESMEDIA/DÍA NACIONAL DEL NIÑO HOSPITALIZADO

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. Joaquim Hortalà i Vallvé, Secretario del Consejo

En Madrid, a 23 de mayo de 2018

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

I ANTECEDENTES

Único. - Con fecha 8 de mayo de 2018 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la Fundación Atresmedia por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un faldón con una alusión verbal, del envío de un SMS, que tiene como objetivo recaudar fondos que se destinan a mejorar la estancia hospitalaria de los niños en nuestro país.

Tras la supervisión de los técnicos de la Subdirección de Audiovisual, este spot se ha emitido tanto integrado en el programa “El Hormiguero 3.0” de Antena 3 televisión, como insertado en algún bloque publicitario, desde el pasado día 9 al 14 de mayo de 2018.

Con motivo del día 13 de mayo como el Día Nacional del Niño Hospitalizado, se realiza un llamamiento por parte de los muñecos del programa, Trancas y Barrancas, de 30 segundos de duración, para conseguir que la estancia de los niños en los hospitales sea más llevadera, gracias a la recaudación de fondos mediante el envío de un SMS con la palabra “SONRISA” al apartado de correos “28000”.

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 faldón con alusión verbal referenciado, se considera que reuniría, por su contenido, los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario al tratarse de un llamamiento a colaborar en el que pueden apreciarse valores de servicio público y carácter benéfico relacionados con los esfuerzos de humanización de las estancias hospitalarias de los niños, y que carece de valor comercial.

Sin embargo, al haberse emitidos dichos faldones con locuciones verbales antes de la concesión de la exención de cómputo publicitario solicitada se estaría contraviniendo lo acordado en el 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 lo que no puede procederse a su estimación.

Por todo cuanto antecede, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia,

RESUELVE

Único. - Desestimar la solicitud de exención de cómputo publicitario, presentada por la FUNDACIÓN ATRESMEDIA, en relación con la campaña “Día nacional del niño hospitalizado”, que tiene por objetivo impulsar la humanización de hospitales infantiles en España, al haberse emitidos los faldones con alusión verbal con anterioridad a la eventual aprobación de una Resolución de exención de cómputo publicitario solicitada para los mismos.

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.