

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE  
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FUNDACIÓN  
JUEGATERAPIA EN RELACIÓN CON LA CAMPAÑA “APLAUSO”****EC/DTSA/003/19/FUNDACIÓN JUEGATERAPIA/APLAUSO****SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA****Presidenta**D<sup>a</sup>. 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 6 de febrero de 2019

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

**I ANTECEDENTES**

**Único.-** Con fecha 4 de febrero de 2019 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la Fundación JUEGATERAPIA, por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de dos spots publicitarios, cuyas grabaciones aporta, con motivo del lanzamiento de la campaña “APLAUSO”, que tiene como objetivo mostrar a la sociedad su misión y la captación de socios para la fundación.

Todos los años, con motivo del Día Internacional del Niño enfermo de cáncer, el 15 de febrero, desde esta Fundación quieren hacer su particular homenaje a los niños enfermos. Este año, les dedican el aplauso más importante de sus vidas, no solo a ellos sino también a sus padres y abuelos que tan importantes son a lo largo de toda la enfermedad.

En el spot de 90 segundos de duración, se ve a un niño en la habitación de un hospital después del tratamiento quimioterapia, contando que sus padres le dicen que se merece un aplauso. Pero él cuenta que no lo quiere, que el aplauso se lo merecen sus amigos de la quimio, sus papis, abuelos, y todos los niños del

mundo por los que pide un aplauso conforme los va presentando y salen a un escenario saludando. Termina el spot yendo a recogerle su madre para abandonar el hospital y con la sobreimpresión de “Súmate al aplauso más importante de sus vidas”. Finalmente, el anuncio concluye con unas inscripciones sobre ese mismo escenario, de “juegaterapia.org”, la leyenda “La quimio jugando se pasa volando”, y otra final que indica “Hazte socio”.

El spot de 30 segundos de duración versa sobre la misma historia, pero de forma reducida. Las inscripciones y sobreimpresiones finales que muestra también son iguales.

## 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 analizado los spots remitidos por la Fundación JUEGATERAPIA, 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 y naturaleza de servicio público que persiguen la sensibilización social hacia el cáncer infantil, así como captar socios para esta fundación 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 puedan 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 computará como publicidad a los efectos establecidos en el artículo 14.1 de la LGCA.

Asimismo, la emisión de estos anuncios han 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 JUEGATERAPIA, en relación con la campaña “APLAUSO”, cuyo objetivo es captar socios para la fundación y hacer un homenaje a los niños que con tanta valentía superan el cáncer.

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.