

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE  
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA ASOCIACIÓN  
PROYECTO HOMBRE EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “MEJOR PRONTO  
QUE TARDE”****EC/DTSA/001/19/ASOCIACIÓN PROYECTO HOMBRE/MEJOR PRONTO  
QUE TARDE****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 13 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 31 de enero 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 ASOCIACIÓN PROYECTO HOMBRE por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un spot publicitario, cuya grabación aporta, que tienen como objetivo dar a conocer una campaña de sensibilización en prevención de adicciones.

A través de la campaña “MEJOR PRONTO QUE TARDE”, la ASOCIACIÓN PROYECTO HOMBRE, centra su trabajo en conseguir fondos para la apertura de Centros y promocionar cursos de formación de todo tipo para los terapeutas.

Esta campaña cuenta con el apoyo desinteresado de la Fundación Música Creativa.

En el spot, de 30 segundos de duración se muestran a un grupo de chicos y chicas cantando un rap subtítulo con el nombre de la campaña “Mejor pronto que tarde”, en el que motivan a aquellos adolescentes con adicciones al alcohol o a las drogas a que comiencen a dejarlas, a la vez que se les transmite que no

están solos. Aparece sobreimpresionado durante la canción, en la parte superior derecha, una indicación para descargarse el tema en la página web de proyecto hombre “mejorprontoquetarde.org”.

El spot continúa con una música y una petición con voz en off, la sobreimpresión del hashtag #mejorprontoquetarde en la parte inferior izquierda y la web mejorprontoquetarde.org en la parte inferior derecha.

Finaliza el spot, con una sobreimpresión final “PROYECTO HOMBRE”, “Libertad sin adicciones”, la página web de la Asociación [www.proyectohombre.es](http://www.proyectohombre.es), el teléfono “902 88 55 55” y la sobreimpresión Financiado por: el Ministerio Sanidad y Asuntos Sociales (cuyo logo se muestra) y de la Fundación músicacreativa.

## 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 ASOCIACIÓN PROYECTO HOMBRE, 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 servicio público y que, a su vez, carece 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 computará 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 ASOCIACIÓN PROYECTO HOMBRE, en relación con la campaña “MEJOR PRONTO QUE TARDE”, que pretende conseguir la sensibilización en prevención de adicciones dirigida a jóvenes.

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 el anuncio, 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.