

**RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE  
CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FUNDACIÓN DE AYUDA  
A LA DROGADICCIÓN (FAD) EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “DEFIENDE  
LO OBVIO”**

**EC/D TSA/003/20/FAD/DEFIENDE LO OBVIO**

**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. Miguel Sánchez Blanco, Vicesecretario del Consejo

En Madrid, a 23 de enero de 2020

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

**I ANTECEDENTES**

**Único.** - Con fecha 9 de enero de 2020 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de la Fundación de ayuda a la drogadicción (en adelante FAD), por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de seis anuncios publicitarios, cuyas grabaciones aporta, que tienen como objetivo la prevención del juego de azar online y presencial en menores.

Los anuncios, de 20 segundos de duración cada uno, se enmarcan dentro de la campaña de la FAD "Defiende lo obvio", muestran diversas imágenes de objetos y personas jóvenes, mientras se escucha una voz en off que contrapone lo "obvio" de la función de cada objeto o persona (como "el zapato izquierdo es para el pie izquierdo, no es lo mismo un tenista que un antenista") y "que los menores de edad no pueden apostar a juegos de azar" y una superimpresión de la afirmación de la voz en off "OBVIO". Continúa la voz ofreciendo datos sobre la cantidad de menores que apostaron el año pasado, finalizando: "defiende lo obvio, defiende la juventud libre de apuestas".

Los seis anuncios son iguales excepto en el personaje central, siendo estos: un antenista, unas croquetas y un gato. El cierre de tres de ellos va dirigido a obtener socios, se sobrepone “FAD”, la página web: “defiendoloobvio.com” y debajo, “HAZTE SOCIO” y el teléfono gratuito 900161515. En los otros tres, se sobrepone el nombre: “FAD”, la misma página web seguido de los logos de Twitter, Facebook, YouTube e Instagram y, el número de teléfono gratuito 900161515.

## II FUNDAMENTOS JURÍDICOS

### Primero. - Habilitación competencial

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.*”

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**

Una vez analizados los anuncios remitidos por FAD, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de unos anuncios en los que pueden apreciarse valores de carácter benéfico e interés social 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 sea 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 anuncios se computarán 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 de Ayuda a la Drogadicción, en relación con la campaña “Defiende lo Obvio” que pretende prevenir conductas de riesgo relacionadas con la actividad del juego on line, que impidan o dificulten el desarrollo personal y social normal de los adolescentes.

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.