

**RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR LA FUNDACIÓN ISABEL GEMIO EN RELACIÓN CON LA CAMPAÑA “FUERZA 2020”****EC/D TSA/027/20/FUNDACIÓN ISABEL GEMIO/FUERZA 2020****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 8 de abril 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 30 de marzo 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 ISABEL GEMIO por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de un anuncio publicitario, cuya grabación aporta, que tiene como objetivo recaudar fondos para la financiación de la investigación de enfermedades raras.

Se trata de un anuncio, de 35 segundos de duración, que se desarrolla en unas consultas médicas donde se diagnostican a varias personas de alguna enfermedad que tienen cura, hasta que llega una adolescente a quien diagnostican una enfermedad rara, ante lo que pregunta si tiene cura, y la doctora la contesta que no. La periodista Isabel Gemio hace un llamamiento a la sociedad para que colabore económicamente con la investigación de las enfermedades raras para que los enfermos puedan tener un futuro mejor, ya sea haciéndose socio de la Fundación o mediante el envío de un mensaje de texto.

El anuncio finaliza con cartelas sobreimpresionadas “Envía Fuerza al 28030”, “Fundación Isabel Gemio”, el logotipo de la Fundación, la

sobreimpresión “Ayúdanos a ayudarles” y la web: [www.fundacionisabelgemio.com](http://www.fundacionisabelgemio.com).

## II FUDAMENTOS 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 visionada la grabación suministrada por la Fundación Isabel Gemio, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de un anuncio en el que puede apreciarse

valores de interés social y de carácter benéfico 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 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 espacio se computará como publicidad a los efectos establecidos en el artículo 14.1 de la LGCA.

Asimismo, la emisión de la comunicación 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.

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.

Habida cuenta de que, de acuerdo con lo establecido en la disposición adicional séptima de la LGCA, “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”, la exención de cómputo publicitario no podrá comprender las emisiones del anuncio que hayan tenido lugar con carácter previo a la presente resolución.

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

## RESUELVE

**Primero.** -Estimar la solicitud de exención de cómputo publicitario, presentada por la FUNDACIÓN ISABEL GEMIO, en relación con el anuncio de la campaña “Fuerza 2020”, que persigue recaudar fondos para la financiación de la investigación de enfermedades raras.

Esta exención queda condicionada a que, con carácter previo a su difusión, seremitan 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 vaya a emitir gratuitamente.

**Segundo.**-Esta exención de cómputo publicitario no se extiende en ningún caso a las emisiones del anuncio que hayan podido tener lugar con carácter previo a la presente resolución.

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. Sin embargo, se hace constar que, de acuerdo con lo previsto en la disposición adicional segunda del Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, "se suspenden términos y se suspenden e interrumpen los plazos previstos en las leyes procesales para todos los órdenes jurisdiccionales. El cómputo de los plazos se reanudará en el momento en que pierda vigencia el presente real decreto o, en su caso, las prórrogas del mismo".