

**RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR EL GRUPO ESPAÑOL DE PACIENTES CON CÁNCER (GEPAC) EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “QUE EL MIEDO NO TE PARALICE”**

**EC/D TSA/002/21/GEPAC/QUE EL MIEDO NO TE PARALICE**

**SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

**Presidente**

D. Ángel Torres Torres

**Consejeros**

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D<sup>a</sup>. Pilar Sánchez Núñez

**Secretario**

D. Joaquim Hortalà i Vallvé

En Madrid, a 28 de enero de 2021

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

**I ANTECEDENTES**

**Único.** - Con fecha 12 de enero de 2021 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito del GRUPO ESPAÑOL DE PACIENTES CON CÁNCER (GEPAC) por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de ocho anuncios publicitarios, cuyas grabaciones aporta, que tienen como objeto sensibilizar a la sociedad en general como a los pacientes de cáncer de la importancia de seguir con las revisiones, siempre con las medidas de protección necesarias para evitar el contagio del COVID-19.

Los anuncios, de entre 20 y 43 segundos de duración, presentan una serie de médicos especialista en enfermedades oncológicas, así como pacientes y no pacientes, que realizan un llamamiento para que no se deje de asistir al médico para la prevención de enfermedades, continuar con las revisiones anuales y la asistencia a centros hospitalarios para continuar con los tratamientos médicos.

1. Video “Alfredo”: de 34 segundos de duración, se trata de un no paciente donde anima a realizarse revisiones para prevenir el cáncer en personas de cierta edad.

2. Video “Carmen”: de 38 segundos de duración, paciente de cáncer que anima a asistir al médico para estar informado.
3. Video “Dr. Contreras”: de 41 segundos de duración, el presidente de SEOR, anima a continuar con las terapias, y la importancia de no interrumpirlas.
4. Video “Dr. García”: de 43 segundos de duración, presidente de SEHH, anima a las personas que tienen fiebre asistir al médico y los que tienen cáncer.
5. Video “Dr. Rodríguez”: de 33 segundos de duración, presidente de SEOM, realiza un llamamiento para no tener miedo que les impida asistir a la atención médica que necesita.
6. Video “José Alberto”: de 29 segundos de duración, paciente de cáncer, donde expone la importancia de asistir a las revisiones.
7. Video “Mario”: de 26 segundos de duración, un no paciente, que anima a acudir al médico cuando se tiene un síntoma.
8. Video “Verónica”: de 23 segundos de duración, una no paciente, donde aconseja a no autodiagnosticarse y acudir al médico.

Los anuncios finalizan con las sobreimpresiones: “QUE EL MIEDO NO TE PARALICE”, “GEPAC, PACIENTES/CANCER”, “Con el aval de:” y los logotipos: “SEHH, Sociedad Española de Hematología y Hemoterapia”, “Sociedad Española de Oncología Médica” y “SEOR, Sociedad Española de Oncología Radioterápica”.

## 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 el GRUPO ESPAÑOL DE PACIENTES CON CÁNCER, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de tres anuncios en los que pueden apreciarse valores de servicio público y que, a su vez, carecen 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 sean considerado 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.

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 de los anuncios 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 el GRUPO ESPAÑOL DE PACIENTES CON CÁNCER, en relación con la campaña “QUE EL MIEDO NO TE PARALICE”, cuyo objetivo es sensibilizar a la sociedad en general y a los enfermos de cáncer en particular la asistencia al médico durante la pandemia del COVID-19.

Esta exención queda condicionada a que 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 los que se vayan a emitir gratuitamente.

**Segundo.** - Esta exención de cómputo publicitario no se extiende en ningún caso a las emisiones de los anuncios 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.