

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE ESTIMA LA EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR MEDIASET ESPAÑA EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA "12 MESES: JUGAR"

# EC/DTSA/036/19/ MESIASET ESPAÑA/12 MESES JUGAR

### SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

#### **Presidenta**

Da. 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 12 de septiembre 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 1 de agosto de 2019 ha tenido entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) un escrito de MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN S.A., en adelante MEDIASET, por el que solicita la exención de cómputo publicitario para la difusión por televisión de cuatro anuncios publicitarios, cuyas grabaciones aporta, que tienen como objetivo enfatizar en la importancia del juego en los niños para el normal desarrollo de su creatividad y su socialización.

Esta campaña la conforman 4 anuncios:

- Tres presentan 35 segundos de duración, y en ellos se aprecia como los niños se divierten con sus juguetes y su imaginación, haciendo del juego el conducto principal para el desarrollo de las relaciones y de la creatividad. En concreto, se aprecia cómo tres tipos de juguetes (un caballo, un coche y un oso) se convierten en reales, haciendo del juego una vivencia apasionante y divertida.



- El cuarto anuncio, de 40 segundos de duración, es una mezcla de los tres anteriores.

Los cuatro anuncios terminan con la sobreimpresión, "12 Meses Mediaset España".

# 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 analizados los anuncios remitidos por MEDIASET, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de cuatro anuncios en los que pueden apreciarse valores de interés social y que, a su vez, carecen de valor 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 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 vaya 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 MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN S.A., en relación con la campaña "12 MESES: JUGAR", que tiene por objetivo enfatizar en la importancia del juego en el niño para el normal desarrollo de los menores, en su creatividad y en su socialización.

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.