

## **RESOLUCIÓN DE LA SOLICITUD DE EXENCIÓN DE CÓMPUTO PUBLICITARIO PRESENTADA POR MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A. EN RELACIÓN A LA CAMPAÑA “JUGAR ES UN ASUNTO MUY SERIO”**

(EC/D TSA/014/22/MEDIASET/JUGAR ES UN ASUNTO MUY SERIO)

### **CONSEJO. 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. Miguel Bordiu García-Ovies

En Madrid, a 7 de abril de 2022

De acuerdo con la función establecida en el artículo 9.11 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC, y con lo dispuesto en la Disposición Adicional Séptima de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, la Sala de la Supervisión Regulatoria, acuerda lo siguiente:

## I. ANTECEDENTES

**ÚNICO.** - Con fecha 21 de febrero de 2022, 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 un anuncio, un cartel animado y una mención para programas, cuyas grabaciones aporta, y que tienen como objetivo sensibilizar sobre la importancia del juego en el equilibrio emocional de los niños sobre todo después del impacto de la pandemia.

A través de la campaña “Día del niño”, que se celebra el próximo 26 de abril, Mediaset en colaboración con la Fundación Crecer Jugando que se suma a esta iniciativa de sensibilizar sobre la importancia que tiene el juego en el equilibrio emocional de los niños.

El anuncio, de 25 segundos de duración, muestra imágenes animadas de niños mientras se escucha una canción que hace referencia a que jugar es un escudo protector, dando contestación a sentirse apagado o agotado. Se superpone *“los problemas de salud mental en la infancia se han triplicado por la pandemia”* y *“jugar mejora el equilibrio emocional”*.

El anuncio finaliza con la locución superpuesta: del logo de la Fundación Crecer Jugando, la leyenda “Jugar es un asunto muy serio”, el logo “12 meses Mediaset España”.

El otro anuncio se trata de una superposición que en forma de “publimosca”, aparece durante la emisión de los programas, siendo su creatividad la siguiente:



La mención, que se ofrecerá en diferentes programas, tiene el siguiente contenido:

*“Los problemas de salud mental en la infancia se han multiplicado por 3 desde el inicio de la pandemia.*

*Diversos estudios demuestran que el juego mejora el equilibrio emocional infantil convirtiéndolo en un escudo protector.*

*Para Mediaset España Jugar es un asunto muy serio. Por eso la nueva campaña de 12 Meses, que lanza junto con la Fundación Crecer Jugando, pone foco en la importancia de activar el escudo protector del juego para ayudar a los peques a expresar sus emociones y a mejorar sus relaciones afectivas.*

*Así que ya lo sabes, con familia, con amigos, con quien quieras, como quieras, ¡no lo dudes echa un rato y activa tu escudo protector!”.*

## **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 analizado el anuncio, el cartel y la mención remitidos por MEDIASET, se considera que reúnen los requisitos exigidos por la Ley para la exención de cómputo publicitario, pues se trata de un anuncio, un cartel y una mención en los que pueden apreciarse valores de servicio público 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 este anuncio, cartel y la mención puedan 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, el cartel y la mención, 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 las comunicaciones 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 haya 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 MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN S.A., en relación con la campaña “Jugar es un asunto muy serio”, que pretende activar el escudo protector del juego para ayudar a los niños.

Esta exención queda condicionada a que se remita a esta Comisión, los certificados de gratuidad expedidos por el operador u operadores que vayan a difundir el anuncio, el cartel y la mención, 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 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.