

**A LA CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y ADMINISTRACIÓN LOCAL**

**Sevilla, a 25 de noviembre de 2015**

**INFORME DEL CONSEJO DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS Y  
USUARIAS DE ANDALUCÍA AL ANTEPROYECTO DE LEY AUDIOVISUAL  
DE ANDALUCÍA**

El Consejo de las Personas Consumidoras y Usuarias de Andalucía, en ejercicio de la función que le reconoce el Decreto 58/2006 de 14 de marzo de 2006, ante la Consejería de Presidencia y Administración Local, comparece y como mejor proceda,

**EXPONE**

Que por medio del presente escrito procedemos a evacuar informe respecto al Anteproyecto de Ley Audiovisual de Andalucía, y ello en base a las siguientes:

**ALEGACIONES**

**PRIMERA.- Consideración General**

Desde este Consejo queremos en primer lugar mostrar nuestra preocupación por el hecho de que a lo largo de la norma, la misma se remita demasiado a los mecanismos de autoregulación y a los códigos de buenas prácticas, algo que ha quedado acreditado que no siempre es efectivo como forma de control, especialmente en lo que se refiere a algunos aspectos, que

precisamente por ello necesitan de una regulación externa en forma de Ley, Reglamento, Decreto, etc.. para hacerla verdaderamente efectiva y garantista.

## **SEGUNDA.-Consideración General**

Se realiza una valoración positiva del proceso participativo seguido en la elaboración de esta importante norma, permitiendo la apertura de un debate previo sobre las medidas de ordenación e impulso del sector audiovisual en Andalucía, con una significativa y plural representación de agentes sociales implicados.

## **TERCERA.- Consideración General.**

Según el contenido del anteproyecto de Ley, quedan importantes aspectos a desarrollo reglamentario, tales como:

- La composición, dependencia orgánica y funcional del Consejo de Participación Audiovisual de Andalucía.
- La organización y funcionamiento del Registro de prestadores de servicios de comunicación audiovisual.
- Los mecanismos que garanticen la recuperación, preservación, conservación y acceso del Patrimonio Audiovisual de Andalucía.
- El procedimiento, los mecanismos de cómputo y la información que podrá recabarse de los operadores, para cumplir con la obligación de financiación de productos audiovisuales.

Al respecto se valora negativamente que el anteproyecto no prevea plazos concretos para dicho desarrollo reglamentario, considerando que ello ha de llevarse a cabo sin dilación en aras a una eficaz aplicación de la norma, por lo que se solicita expresamente su inclusión en el texto que nos ocupa.

## **CUARTA.- Consideración General.**

Por otra parte y relacionado con lo anterior, para que existan más mecanismos de control hace falta dotarse de los medios adecuados, tanto técnicos como económicos, que hagan viable y real su funcionamiento, por lo

que se debe contar con un presupuesto adecuado para ello. Algo que tampoco se propone ni está previsto en el texto que ahora se presenta.

Asimismo, la recaudación obtenida de dicha sanciones, deben servir para ayudar a financiar a la propia Dirección General de Comunicación Social, de forma que quede garantizada la sostenibilidad de este Organismo, y ello con independencia de la dotación presupuestaria que la misma pueda recibir de los Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma.

#### **QUINTA.- Al Preámbulo.**

Como se viene reiterando ante esta Consejería, interesamos que expresamente se mencione el cumplimiento del trámite de audiencia al Consejo de las Personas Consumidoras y Usuarías de Andalucía, trámite que por ser preceptivo debería venir reflejado en el texto, haciendo referencia al Decreto regulador de este Consejo, Decreto 58/2006 de 14 de marzo. Aún cuando dicho carácter preceptivo no conlleva un deber de información al respecto en el texto normativo, no es menos cierto que el principio de democracia participativa que impregna nuestra Constitución y nuestro ordenamiento hace deseable una mención al mismo, aportando valor añadido, desde esa perspectiva, a la producción normativa.

#### **SEXTA.- Al artículo 3. Principios inspiradores**

Este Consejo entiende que entre los principios inspiradores a los que se hace referencia, debe incluirse el principio de protección y respeto a los derechos de los consumidores legalmente reconocidos, y en especial al derecho de los usuarios a recibir una información veraz, de calidad y debidamente contrastada, y ello a efectos de evitar que se reproduzcan casos en los que prima más el interés que comercial en difundir una información que la calidad y veracidad de la información en sí.

#### **SÉPTIMA.- Al artículo 8. Derechos de los menores**

El artículo 8, dedicado a los derechos de los menores puede y debe ser lo suficientemente claro y prolijo en su desarrollo como para que todos los operadores sepan cuáles y como se han de proteger los derechos, así como cuales son las limitaciones y prohibiciones en cuanto a programación y publicidad.

La redacción actual del artículo que analizamos, adolece a nuestro juicio de una enorme indefinición, tanto en relación a los contenidos audiovisuales susceptibles de perjudicar su desarrollo, como en cuanto al consecuente régimen sancionador que se establece.

En concreto, con la actual redacción del artículo 8.2 relativo a los contenidos que *puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores* se prosigue en el nuevo proyecto con un concepto jurídico indeterminado necesitado de concreción a fin de poder delimitar, en su caso, con garantías jurídicas suficientes y de acuerdo con el principio de tipicidad administrativa, aquellas conductas que supongan la emisión de contenidos “perjudiciales para el menor” (art. 93 a)).

#### **OCTAVA.- Al artículo 8. Derecho de los menores**

Asimismo y en lo que se refiere al artículo 3 de dicho artículo, de debería añadir lo siguiente “sin perjuicio ni menoscabo de la necesaria regulación reglamentaria sobre los aspectos que procedan”.

#### **NOVENA.- Al artículo 8. Derecho de los menores**

En el epígrafe 4 letra a) debe incluirse un horario de protección en la franja horaria de tarde en el caso de sábados, domingos y días festivos de ámbito estatal y de ámbito autonómico.

#### **DÉCIMA.- Al artículo 8. Derecho de los menores**

Para terminar con el artículo 8, el mismo epígrafe 4. letra h), consideramos que el régimen de responsabilidad que se establece para los prestadores del servicio de comunicación audiovisual debe ser solidaria y no subsidiaria, toda vez que el beneficio que obtienen dichos prestadores de servicios debe tener también una contraparte en forma de responsabilidad.

#### **UNDÉCIMA.- Al artículo 10. Derecho a una comunicación audiovisual transparente**

A fin de aportar claridad y concreción al texto que nos ocupa, en dicho artículo deben determinarse cuáles son las formas de acceso a la información a que se refiere el artículo 37.b) de la Ley, que deben tener a disposición tanto los usuarios como los órganos competentes de la Administración de la Junta de Andalucía, (ej.: páginas webs...).

#### **DUODÉCIMA Al artículo 11. Derecho de las personas usuarias a la información sobre los servicios de comunicación audiovisual**

Se interesa concretar la expresión “*antelación suficiente*” a fin de evitar términos ambiguos sujetos a interpretación, que generan inseguridad jurídica.

Por otra parte, y en concordancia con lo dispuesto en la Ley 13/2003, de Defensa y Protección de los Consumidores y Usuarios de Andalucía, se propone la inclusión de un nuevo apartado con el siguiente tenor literal:

*“Los medios de comunicación social de los que sea titular la Junta de Andalucía dedicarán en sus respectivas programaciones espacios no publicitarios, destinados a la educación y formación de los consumidores, en la forma que reglamentariamente se determine, pudiéndose contar para ello con las organizaciones o asociaciones de consumidores y usuarios”.*

### **DÉCIMOTERCERA- Al artículo 12. Consejo de Participación Audiovisual en Andalucía**

Sin perjuicio de remitirnos a la alegación primera relativa a la necesaria previsión de un plazo para la determinación de la composición así como dependencia orgánica y funcional del Consejo de Participación Audiovisual en Andalucía, desde este Consejo entendemos que, no obstante lo anterior, se debería aludir expresamente a presencia de las organizaciones representativas de los consumidores y usuarios en la composición de este Órgano de nueva creación, máxime teniendo en cuenta que la norma pretende regular de manera integral el sector abordándolo desde la triple perspectiva de las personas usuarias, los prestadores de servicios y las distintas Administraciones implicadas, tratando de generar un marco normativo estable y predecible, toda vez que los consumidores son uno de los eslabones determinantes sobre los que recaen todos los efectos de las políticas que se tomen en relación con el Sector audiovisual andaluz.

### **DÉCIMOCUARTA- Al artículo 14. Líneas fundamentales de la acción institucional**

En el apartado 2 se solicita añadir un epígrafe destinado a la defensa y protección de los derechos e intereses legítimos de las personas consumidoras y usuarias.

### **DÉCIMOQUINTA- Al artículo 17. Alfabetización mediática e informacional y educación audiovisual**

Se debería prever la colaboración de los diferentes agentes sociales, y en especial de las Asociaciones de Consumidores en las labores formativas, toda vez que las mismas poseen los conocimientos y experiencia necesaria para ser parte activa en la propia alfabetización mediática e informacional, así como para promover e participar en una apropiada educación audiovisual de la ciudadanía.

**DÉCIMOSEXTA.- Al artículo 22. Políticas transversales en la producción audiovisual**

Para este Consejo resulta fundamental incorporar las políticas de consumo entre las políticas transversales que afectan a la producción audiovisual.

**DÉCIMOSÉPTIMA.- Al artículo 37. Obligaciones ante la ciudadanía**

Por los motivos esgrimidos con anterioridad, desde este Consejo se propone incluir entre las obligaciones previstas, la siguiente:

- El respeto a los derechos de las personas consumidoras y usuarias.

**DECIMOCTAVA.- Al artículo 37. Obligaciones ante la ciudadanía**

Sobre el epígrafe b) segundo párrafo, este Consejo entiende que su contenido no está suficientemente concretado ni delimitado, por lo que propone se revise la redacción: “...con una antelación suficiente, que en ningún caso será inferior a 3 días...”, a fin de acotar el tiempo de acceso a la programación.

**DECIMONOVENA.- Artículo 41. Obligaciones de los prestadores públicos y comunitarios sin ánimo de lucro**

En el párrafo tercero de este artículo debe incluirse la necesidad de establecer un Reglamento Modelo, garantizando además la participación de las Asociaciones de Consumidores en su elaboración.

**VIGÉSIMA.- Al apartado 41. Obligaciones de los prestadores públicos y comunitarios sin ánimo de lucro**

Continuando dicho artículo 41, en relación a lo dispuesto en el apartado 6 d), se sugiere la siguiente modificación:

d) Disponer de un teléfono *gratuito* de participación ciudadana.

**VIGESIMOPRIMERA.- Al artículo 41. Obligaciones de los prestadores públicos y comunitarios sin ánimo de lucro**

Desde este Consejo, no entendemos que haya razón ni motivo suficientemente justificado para la exoneración en el artículo 41.4 letra f) de la obligatoriedad de suscribir un Contrato-Programa regulador de los compromisos de financiación pública y de prestación del servicio derivados de la gestión directa del servicio para los municipios de menos de 100.000 habitantes, ya que quedarían excluidos de dicha imposición municipios andaluces de una importante envergadura.

**VIGESIMOSEGUNDA.- Al artículo 42. Comunicaciones comerciales audiovisuales**

Este Consejo considera necesario que se introduzcan determinadas cautelas que acojan las nuevas prácticas comerciales desleales con los consumidores que también se pueden dar a través del servicio de comunicación audiovisual, haciendo referencia al marco legal al que quedan sometidas.

**VIGÉSIMOTERCERA.- Al artículo 42 apartado segundo: comunicaciones comerciales audiovisuales:**

Este Consejo no comparte que en la norma se estipule que, en la emisión de aquellas formas de publicidad distintas de los anuncios televisivos que, por las características de su emisión puedan confundir al espectador sobre su carácter publicitario, deberá superponerse, permanentemente y de forma claramente legible, una transparencia con la indicación «publicidad».

Por el contrario, desde este Consejo entendemos como punto fundamental de estrategia que, en lo que se refiere al concepto de publicidad, se introduzca la prohibición de que se pueda llevar a cabo publicidad dentro de programas de televisión, en especial cuando dichos programas son de carácter informativo.

#### **VIGÉSIMOCUARTA.- Al artículo 44. Publicidad y protección de menores**

Pasando ya al artículo 44, entendemos que el cumplimiento de la legislación en aspectos relacionados con los derechos de los menores no puede dejarse en modo alguno exclusivamente en manos de la regulación de los correspondientes Códigos de Conducta, siendo por lo tanto necesaria la regulación legal en forma de Ley, Reglamento..para regular este aspecto.

#### **VIGÉSIMOQUINTA.- Al artículo 49. Principios inspiradores del servicio público de comunicación audiovisual**

Valoramos positivamente a previsión que se hace en el apartado f) sobre la participación de los grupos sociales en el fomento y la defensa de la cultura andaluza y de los intereses locales y de proximidad.

#### **VIGÉSIMOSEXTA.- Al artículo 51. Gestión del servicio público**

En el apartado cuatro debe añadirse que en los casos en los que la prestación del servicio público de comunicación audiovisual pueda contar de forma excepcional y transitoria, con el apoyo y la colaboración de entidades y sujetos privados, la prestación del servicio público de comunicación audiovisual también debe centrarse en todo caso en la objetividad y en el sometimiento al interés público general.

#### **VIGÉSIMOSÉPTIMA.- Al artículo 66. Supervisión de la actividad económica y presupuestaria**

Pasando al contenido del artículo 66, en el párrafo cuarto debe guardarse una especial cautela a la posibilidad de que contribuciones de instituciones, empresas o fundaciones a la producción de obras audiovisuales, programas de radio, televisión o contenidos digitales de temática cultural, social o de promoción del deporte puedan promocionar su actividad, marca o imagen o como expresión de su responsabilidad social corporativa, toda vez que con esta posibilidad de patrocinio se dejaría el campo abierto a que en ciertos supuestos se pudiera llegar a utilizar esta figura con la intención o finalidad de hacer una publicidad encubierta.

#### **VIGÉSIMO OCTAVA.- A artículo 85.-Formas de iniciación de la inspección**

En el artículo 85.2, párrafo 2, tras la expresión *“La persona denunciante no tendrá la condición de interesada”*, debe añadirse el siguiente párrafo *“salvo que la persona tenga derechos afectados o bien la denunciante sea una Asociación de Consumidores de consumidores, en cuyos casos tendrán la condición de interesada.”*

Por lo expuesto, procede y

**SOLICITAMOS A LA CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y ADMINISTRACIÓN LOCAL**, que habiendo presentado este escrito, se digne admitirlo, y tenga por emitido informe sobre el al Anteproyecto de Ley Audiovisual de Andalucía, si así lo tiene a bien, proceder a incorporar las modificaciones resultantes de las alegaciones expuestas en el presente informe. Por ser todo ello de Justicia que se pide en lugar y fecha arriba indicados.