

AL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCIA

Sevilla a 11 de septiembre 2009

**INFORME DEL CONSEJO DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS DE
ANDALUCÍA A LA PROPUESTA DE INSTRUCCIÓN DEL CONSEJO
AUDIOVISUAL DE ANDALUCIA SOBRE PUBLICIDAD DE CONTACTOS Y
SERVICIOS SEXUALES**

El Consejo de los Consumidores y Usuarios de Andalucía, en ejercicio de la función que le reconoce el Decreto 58/2006 de 14 de marzo de 2006, ante el Consejo Audiovisual de Andalucía, comparece y como mejor proceda,

EXPONE

Que por medio del presente escrito procedemos a evacuar informe respecto de la Propuesta de Instrucción del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre publicidad de contactos y servicios sexuales y ello en base a las siguientes:

ALEGACIONES

PRIMERA.- Como valoración general indicar la necesidad y la valoración positiva de fijar unos criterios orientadores que contribuyan a garantizar la adecuada protección de los derechos de los telespectadores, ante la gran proliferación de cadenas de TV en la que se emiten constantemente este tipo de ofertas sexuales explícitas, bajo las que se ocultan -en la mayoría de los casos- relaciones comerciales.

SEGUNDA.- En primer lugar a este Consejo le surgen dudas, sobre la efectividad de la llamada autorregulación y la adopción de normas éticas –por parte de las propias cadenas de televisión- en relación con la publicidad de servicios sexuales y la protección de la imagen de la mujer. De igual forma nos planteamos la capacidad que tiene la Administración competente de contralorar dichas practicas, más aun al desarrollarse el tema planteado en un campo en el que debe primar la protección de derechos fundamentales tales como, por una lado la dignidad de la persona, la igualdad y la protección de los menores y por otro la libertad de expresión. Por todo lo anterior este Consejo entiende como básica la necesidad de participación de las asociaciones que representen los intereses generales de los ciudadanos –entre ellas las asociaciones de consumidores y usuarios- en la futura regulación y control de los temas planteados.

TERCERA.- Desde este Consejo de los Consumidores y Usuarios de Andalucía se valora de forma muy positiva la consulta que se nos ha planteado por el Consejo Audiovisual de Andalucía sobre esta Instrucción sobre publicidad de contactos y servicios sexuales, para remitir alegaciones y propuestas sobre la misma. Entendiendo que la participación de este Consejo en la elaboración de los principios orientadores sobre esta materia, es solo el principio de una colaboración en la posible futura regulación de la misma, aprovechando la ocasión para manifestar al Consejo Audiovisual de Andalucía la disponibilidad del CCUA para colaborar en esta y en cuantas cuestiones estimen oportuna, en defensa de los consumidores y usuarios.

CUARTA.- Echamos en falta que se recoja en el texto una remisión al Código de conducta de los servicios de tarificación adicional, recogido en la Orden PRE/361/2002, de 14 de febrero, de desarrollo, en lo relativo a los derechos de los usuarios y a los servicios de tarificación adicional del título IV del Real Decreto 1736/1998, de 31 de julio, por el que se aprueba el Reglamento por el que se desarrolla el título III de la Ley General de Telecomunicaciones, posteriormente modificada por la Orden PRE/2410/2004,

de 20 de julio y a la regulación de los SMS Premium, recogida a su vez en la Orden ITC/308/2008, de 31 de enero, por la que se dictan instrucciones sobre la utilización de recursos públicos de numeración para la prestación de servicios de mensajes cortos de texto y mensajes multimedia

QUINTA.- En el texto que se nos presenta se prioriza, y así lo compartimos, la protección de derechos fundamentales, como la dignidad de las personas, el principio de igualdad o la protección de los menores, sobre el derecho a la libertad de expresión. No obstante este Consejo es consciente de la dificultad de coordinar y conjugar estos derechos, por ello y en la línea de lo establecido en la Resolución de 16 de septiembre de 1997 –que la propia Instrucción menciona- hay que destacar que, a pesar del derecho fundamental de la libertad de opinión, el apartado 2 del artículo 10 del Convenio europeo para la protección de los derechos humanos exige, entre otras consideraciones, que se tenga en cuenta la protección de la moral pública. Convencido este Consejo de que los mensajes publicitarios tiene que tener debidamente en cuenta la dignidad humana, no realizar atentados contra la misma y no discriminar a cualquiera de los sexos para fomentar la venta de productos o servicios.

Por lo expuesto, procede y

SOLICITAMOS AL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCIA : Que habiendo presentado este escrito, se digne admitirlo, y tenga por emitido informe sobre la Propuesta de Instrucción del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre publicidad de contactos y servicios sexuales, 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.