

INFORME PRECEPTIVO

DEL

CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

AL

ANTEPROYECTO DE LEY AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA



INFORME PRECEPTIVO DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA AL ANTEPROYECTO DE LEY AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA

Índice general:	pág.
I. Introducción	2
II. Observaciones generales	3
III. Observaciones al articulado	6

1. INTRODUCCION

Dentro del plazo establecido en la ley y de acuerdo con la comunicación de la Secretaría General Técnica de la Consejería de la Presidencia y Administración Local recibida el pasado 6 de Noviembre, el pleno del Consejo Audiovisual de Andalucía en sesión celebrada el día 25 de Noviembre, ha aprobado el documento que se adjunta y que constituye el Informe Preceptivo de este órgano al **Anteproyecto de Ley Audiovisual de Andalucía** de conformidad con lo previsto en la normativa de aplicación.

Con carácter previo al examen más pormenorizado del texto, el CAA quiere dejar constancia una vez más de la oportunidad de esta Ley que puede calificarse de esperada por el sector. También es preciso dejar expreso que el anteproyecto que ahora se informa por el Pleno del CAA, ha sido objeto de un proceso previo de debate y aportación de sugerencias con todo el sector mediante la Mesa de Ordenación e Impulso del Sector Audiovisual en la que ha participado este CAA aportando un documento general con las propuestas de este órgano que damos por reproducido en éste trámite.

Entendemos muy adecuado el esfuerzo de consenso e inclusión de las propuestas del sector aunque se puedan advertir algunas dificultades de técnica legislativa para integrarlas en un texto sistemático como es una ley. Muchas de las aportaciones del CAA han sido observadas pero apreciamos carencias importantes que serán objeto de análisis en este informe.

Tenemos presente que el texto está en fase de anteproyecto y que una vez convertido en Proyecto de Ley por el Gobierno, se remitirá al Parlamento para su tramitación donde está prevista una fase de comparecencia de agentes sociales ante la correspondiente Comisión en la que, sin duda, este CAA tendrá la oportunidad de volver a aportar sus sugerencias y propuestas para el debate y aprobación de la ley



2. OBSERVACIONES GENERALES

Como observaciones generales cabe destacar las numerosas alusiones del Anteproyecto a la **Administración de la Junta de Andalucía**. Él CAA forma parte de la Junta de Andalucía pero no es parte de su Administración. Estas referencias las entendemos como inadecuadas e inexactas.

El CAA queda excluido en materias sobre las que sí ostenta competencias, en concreto:

- Título I Disposiciones Generales. Artículo 2 a) y b). Ámbito de aplicación.
- Título II Los Derechos de la ciudadanía y servicios de comunicación audiovisual. Artículo 10 (Derecho a una comunicación audiovisual transparente).
- Título III De la Administración audiovisual. Capítulos I, II y III.
- Título IV Inspección y Sanción.

El tratamiento dado por el Anteproyecto al CAA se remite en la mayoría de los casos a su norma de creación y al reglamento que la desarrolla, sin completar ni añadir nada nuevo lo que creemos debe ser corregido en una Ley Audiovisual con vocación de compilación normativa en la materia y de adecuación a las nuevas realidades del sector.

Por ejemplo se relega la actuación del CAA a los incumplimientos de la normativa en materia de contenidos cuando debería referirse "en materia audiovisual y de publicidad", que son los términos empleados por la ley de creación del Consejo y su reglamento orgánico y de funcionamiento (ROF).

Otro ejemplo, no consta entre las infracciones graves la del incumplimiento de las instrucciones y decisiones de la autoridad audiovisual tal como lo recoge el artículo 58.5 de la LGCA, y sanciona sólo las *realizadas por la Consejería competente en materia de medios de comunicación social* (artículo 93 b) del Anteproyecto.

La aprobación de esta ley autonómica debe constituir la oportunidad para reconocer al CAA la potestad reglamentaria con la que ya cuentan todos los organismos reguladores europeos. Dotar a la autoridad audiovisual de cierta capacidad normativa a la hora de dictar instrucciones o recomendaciones es imprescindible para el efectivo cumplimiento de sus funciones.



La actual Ley de creación del CAA deberá ser objeto también en su momento de revisión y actualización por lo que se debe armonizar con la introducción de un nuevo órgano en la estructura de la Administración audiovisual: el **Consejo de Participación Audiovisual de Andalucía** (artículo 12) para no duplicar las funciones de ambos organismos. Las alusiones al mismo son escasas a lo largo del articulado de la norma que se limita a proponer su creación y a enmarcar sus principales funciones, posponiendo su regulación a un futuro desarrollo reglamentario

Reiterando las alegaciones que en su día se aportaron a la MOISA tenemos que advertir la duplicidad de funciones asignadas al nuevo órgano con respecto a las que por ley tiene asignadas el CAA:

- 1- El Consejo de Participación se configura como un órgano asesor de la Administración de la Junta de Andalucía. También el CAA tiene atribuidas, entre sus funciones, la de asesorar al Parlamento, al Consejo de Gobierno y a las Corporaciones Locales de Andalucía, en los términos que regule su Reglamento Orgánico y de Funcionamiento, en materias relacionadas con la ordenación y regulación del sistema audiovisual.
- 2- Nace con la finalidad de garantizar los derechos de la ciudadanía en relación con los servicios de comunicación audiovisual prestados en el ámbito de aplicación de la Ley. Esta es, precisamente, la principal función reconocida por su normativa reguladora, al CAA.
- 3- Deberá emitir un informe previo al Plan General de inspección de la Consejería competente en materia de comunicación social. Competencia que igualmente comparte con el CAA (Artículo 89).

Además, el Anteproyecto establece la obligación, en relación con la prestación del servicio público de ámbito local, de disponer de un consejo de participación audiovisual (artículo 41.6 e) que, al igual que el Consejo de Participación previsto en el artículo 12, debe ser representativo de la ciudadanía y los agentes sociales locales

Observamos con especial preocupación que el Anteproyecto de ley apenas dedica espacio a Internet y la nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Si bien es cierto que el servicio de comunicación audiovisual se presta fundamentalmente a través del espacio radioeléctrico, este no es el único sistema de prestación de este servicio.



El Anteproyecto debería referirse al menos a la necesidad de regular y controlar de algún modo la prestación del servicio de comunicación audiovisual mediante estas tecnologías. En particular, el servicio de comunicación audiovisual a petición que los prestadores de servicio lineal ofrecen a través de sus páginas web.

Se echa en falta la ampliación de la regulación audiovisual al ámbito de internet, especialmente en la defensa de los menores frente a los contenidos que se difunden por este medio, actualmente carente de señalización orientativa, filtrado y mecanismos de control parental.

Son varios los aspectos de los prestadores del servicio de comunicación no lineales que deberían regularse. Por ejemplo, la financiación anticipada de obra europea y los métodos para el cálculo del porcentaje de obras europeas ofrecidas en los catálogos. O la previsión de obligar a las radios y televisiones (bajo competencia autonómica) que emitan por internet, a comunicar sus actividades para incorporarse a un registro.



3. OBSERVACIONES AL ARTÍCULADO

A continuación se detallan las observaciones que con carácter específico el Consejo Audiovisual de Andalucía realiza al articulado del anteproyecto de Ley Audiovisual de Andalucía.

TÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 3. Principios inspiradores

El apartado 3.h debe ser completado con el siguiente principio *“la consideración de los medios de comunicación como vehículos de transmisión de valores en torno a la cultura y para la cohesión social, territorial e identitaria de Andalucía”*.

TÍTULO II LOS DERECHOS DE LA CIUDADANIA Y SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Artículo 6. Garantías de accesibilidad universal a los servicios de comunicación audiovisual.

Se propone, después de la expresión " circunstancias económicas o geográfica", añadir: *"o cualesquiera otras"...*

Artículo 7. Pluralismo en la comunicación audiovisual

El Anteproyecto no delimita "in extenso" el concepto de pluralismo, estableciendo las exigencias que, como principio esencial de la democracia, deben exigirse tanto a medios públicos como privados.

Este aspecto ha sido tratado en todas las comparecencias del CAA en el Parlamento, concitando el acuerdo de todos los grupos respecto a la necesidad de un desarrollo legislativo que permita, sobre la base de unos criterios claros y objetivos en línea con los existentes en otros países europeos, la intervención del CAA al respecto.

Dicha intervención estaría basada en la introducción de medidas correctoras que no necesariamente han de consistir en la imposición de sanciones de naturaleza económica, como demuestra la eficacia de actuaciones llevadas a cabo por otros reguladores europeos y por el



propio Consejo andaluz que obligan al prestador a realizar compensaciones de tiempo para restablecer el equilibrio perdido.

El CAA considera que debe redactarse este artículo de manera más completa (como lo hace la LGCA, a 4: diversidad de contenidos, géneros e intereses de la sociedad)

Además, se ha de diferenciar el pluralismo externo, al que refiere implícitamente el artículo, y el pluralismo interno, que no está presente en el Anteproyecto como así lo hace la LGCA en su artículo 4.

En lo que respecta a la “diversidad política, cultural y social de Andalucía”, el artículo debería remitir a algunos aspectos esenciales como la étnica, de género o clase social.

El artículo debe hacer referencia al CAA como institución responsable de velar por el pluralismo y su capacidad para establecer criterios, instrucciones, e intervenciones que permitan preservar el pluralismo en todas sus manifestaciones en los prestadores de comunicación audiovisual sujetos a las competencias del CAA. Además, dada la complejidad de establecer criterios interpretativos sobre el pluralismo político, en concreto, este artículo debería remitir a las prescripciones que en su caso delimite el CAA.

Artículo 8. Derechos de los menores.

Existen determinados colectivos que, a juicio de las instituciones europeas y de toda la sociedad, merecen una especial protección frente a los contenidos audiovisuales. Uno de estos colectivos es el de las personas menores de edad. En consecuencia, tanto la LGCA, como el Anteproyecto dedican un precepto al reconocimiento de sus derechos en materia audiovisual (artículos 7 LGCA y 8 del Anteproyecto).

El Anteproyecto debe incluir una referencia expresa a que los menores tienen derecho a que los medios de comunicación incluyan contenidos que fomenten valores educativos y formativos acordes con su edad y que contribuyan a su desarrollo como persona.

Ambos textos normativos establecen una serie de prohibiciones que suponen una protección de las personas menores de edad, frente a la actividad de los medios de comunicación audiovisual. Sin embargo, algunas de estas restricciones, como la relativa a los juegos de azar, al esoterismo y las paraciencias, o a las comunicaciones comerciales que promueven el culto al cuerpo y rechazo a la autoimagen mediante comunicaciones comerciales, no deberían referirse en exclusiva a la protección de este colectivo. Por el contrario, la protección a este respecto debería extenderse a todos, o a gran parte de los consumidores.



El CAA considera que deben utilizarse las expresiones y edades de manera más coherente con los sistemas de clasificación por edades de productos audiovisuales. Así excepto las categorías “especialmente recomendado para la infancia” y “apto para todos los públicos”, la terminología adecuada es la de “no recomendado”, por lo que introducir el término “recomendar” contenidos para unos determinados segmentos de edad puede conducir inevitablemente a la confusión.

En cuanto a las edades, consideramos que, a efectos de homogeneizar los tramos de edad, se debe aludir a “no recomendado para menores 12 años” e introducir el tramo “no recomendado para menores 16 años”. Esta modificación se adecua a la gradación por edades tanto del Instituto de Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA) como del Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia suscrito por los principales operadores en abierto de ámbito estatal y autonómico. Hay que insistir en que esta gradación, que de acuerdo con la Ley 7/2010 debe ser la aplicable, ha sido ya validada por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en su resolución de 23 de junio de 2015. En una ley de nuevo cuño audiovisual autonómica, carece de sentido utilizar terminología y tramos de edad que generan confusión y han quedado obsoletas incluso en la propia LGCA

Además, la redacción puede parecer confusa. La prohibición de contenidos que puedan perjudicar *el desarrollo físico o psíquico de los menores*, según la LGCA afecta a todo el horario infantil, por lo que solo podrán emitirse de 23 a 6 horas (según lo establecido en el punto g) de este mismo artículo), y no únicamente, como parece indicar el literal redactado “en estas franjas de protección reforzada”.

Por otra parte, no pueden emitirse nunca, (tampoco a través de internet) y constituyen una infracción “muy grave” (LGCA, a. 57.1) los contenidos *que fomenten el odio, el desprecio o la discriminación por razón de cualquier circunstancia de índole personal, familiar, social o por razón de género*.

Entre los contenidos que perjudican a los menores debe incorporarse específicamente “los que fomentan actitudes, conductas y estereotipos sexistas”.

En lo que se refiere al apartado e) Reiteramos lo expresado anteriormente. La terminología adecuada es la de “no recomendado”, por lo que introducir el término “recomendar” contenidos para unos determinados segmentos de edad puede conducir inevitablemente a la confusión.

Respecto a la señalización, el CAA considera que se debe incluir de manera obligatoria en todos los contenidos emitidos en TV, tanto los lineales como a petición y mantenerse, independientemente de la calificación de edad, a lo largo de todo el programa.



Sobre las previsiones del apartado g), creemos que debe incluirse expresamente la siguiente expresión al final *“que tendrá en cuenta, (como mínimo) el marco de los estándares y criterios básicos establecidos a nivel nacional.”*

El CAA considera que este inciso garantiza, pero no limita, la adecuada homogeneización y homologación en el etiquetado de todos los contenidos audiovisuales.

Sobre el apartado h) debe señalarse que el proyecto salva una contradicción existente en la LGCA al limitar los programas *relacionados con el esoterismo y la paraciencia, entre las 23 y las 6 horas*, en tanto que la LGCA los limita a la franja entre las 22 y las 7 horas, ampliando en una hora más (hasta las 7 horas) el horario protegido general (de 6 a 22 horas).

Sin embargo, el proyecto deja al margen de la regulación una realidad palpable (que afecta también a otros ámbitos territoriales del Estado) en la Comunidad Autónoma de Andalucía, que es la emisión de contenidos de videncia, esoterismo y paraciencia que no respondan al concepto de programa sino que constituyen espacios de televenta según la propia normativa nacional y comunitaria.

Al respecto, el CAA elaboró un informe y se pronunció en la *Decisión 05/2013 del Consejo Audiovisual de Andalucía, sobre la regulación de los programas relacionados con el esoterismo y las paraciencias*, ante la alarmante y generalizada emisión de este tipo de contenidos en los prestadores andaluces sin licencia e, incluso con licencia local o autonómica.

[\(<http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/actuaciones/decisiones/decision-52013>\),](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/actuaciones/decisiones/decision-52013)

El CAA considera necesario que el proyecto aluda a este tipo de comunicaciones comerciales imponiendo, al menos, las restricciones que la LGCA impone a la televenta, así como su prohibición en horario protegido.

Por último, es necesario expresar que el sistema de codificación (apartado j) deberá estar homologado según los criterios y estándares establecidos por la autoridad audiovisual.

En cuanto al punto 5 de este artículo, debe referirse al horario de protección al menor, de acuerdo con la LGCA: (de 6 a 23 horas, según el anteproyecto), por lo que es incorrecto referirse a las “franjas de horario de protección reforzada”

La LGCA contiene otra limitación relativa a uno de los principios básicos del proyecto: la igualdad entre mujeres y hombres. El anteproyecto no profundiza en esta referencia, siendo una preocupación compartida y en la que están comprometidos todos los poderes públicos.



El CAA ha puesto reiteradamente de manifiesto la preocupación por la pervivencia de estereotipos sexistas en los contenidos y, de manera persistente, en la publicidad, especialmente la dirigida a menores. Por todo ello, se considera que la publicidad en general, y muy especialmente en el contexto de la regulación de los derechos del menor, debe incluirse la referencia que la LGCA realiza al respecto y que en el anteproyecto podría ser del siguiente tenor:

"No deben incitar conductas que favorezcan la desigualdad entre hombres y mujeres, ni contener estereotipos de género que fomentan actitudes, conductas y comportamientos sexistas y discriminatorios". El Consejo audiovisual de Andalucía, en el ámbito de sus funciones, velará por la eliminación de estereotipos de género en la publicidad; elaborará los estudios e informes pertinentes e impulsará los procesos de corregulación y autorregulación del sector.

En cuanto al punto 6: *" Los menores tienen derecho a que los prestadores del servicio de comunicación desarrollen códigos de conducta relativos a la comunicación comercial audiovisual inadecuada sobre alimentos y bebidas que contengan nutrientes y sustancias cuya ingesta excesiva no sea recomendable en la dieta total, que se incluya o acompañe en los programas infantiles. "*

El CAA considera que la redacción del punto 6 puede verse completada por la redacción del a.7.4. de la LGCA.

Por otra parte, como se ha puesto de manifiesto por la OMS, es preciso incidir de manera contundente en el problema de la obesidad, especialmente la infantil, que es creciente y ha llegado a ser considerado como la pandemia del siglo XXI. A idénticas conclusiones llegan los informes de la OCDE y en España de la AESAM. Las últimas recomendaciones emanadas de la OMS insisten en la necesidad de intervenir decididamente en el ámbito de los medios de comunicación, especialmente en la publicidad, con el fin de limitar el impacto que la publicidad de determinados alimentos y bebidas tiene sobre los menores y el constante aumento de la obesidad y el sobrepeso en este sector de población.

En 2012, el CAA elaboró un Informe y propuestas de intervención sobre publicidad de alimentos y menores, en el que se revisaba el estado de la cuestión en Andalucía así como las medidas adoptadas en los países de nuestro entorno. En todos ellos existen limitaciones legales para la emisión de publicidad de alimentos dirigida a menores o emitida en horario de protección de menores y en todos ellos se considera que la autorregulación no es suficiente, debido en gran parte a las dificultades de obtención de consenso y compromisos estables. Así, por ejemplo OFCOM, dentro del paquete de medidas que se han ido implementando progresivamente, cuenta con la prohibición desde enero de 2009 de la publicidad y el patrocinio de los alimentos



altos en grasas, sales y azúcares (HFSS), ello durante o entre los programas dirigidos específicamente a la infancia o que hagan una apelación a los menores de 16 años, además de en los canales especializados en programación infantil. Por otro lado, también se prohíbe el uso de personajes o personas famosas, ofertas promocionales y reclamos saludables en la publicidad de alimentos HFSS dirigidos a los menores en edad preescolar o de estudios primarios.

Por su parte, los resultados del informe del CAA ponen de manifiesto que la presión publicitaria a la que están sometidos los menores en Andalucía es muy importante, pues el 78% de los anuncios de cualquier sector publicitario y el 81% de la publicidad de alimentos destinada a menores (P.A.D.M.) se emiten dentro del horario de protección de menores.

Por todo ello, el CAA considera que el proyecto, además de contemplar la promoción e impulso de la autorregulación en esta materia, debe recoger limitaciones expresas en horario de protección infantil (o, al menos, en las franjas de protección reforzada) para la publicidad *de alimentos y bebidas que contengan nutrientes y sustancias con un efecto nutricional o fisiológico, en particular aquellos tales como grasas, ácidos transgrasos, sal o sodio y azúcares.*

El punto 7 de este art. 8 que comentamos, dice literalmente *"Queda prohibida la publicidad indirecta, no diferenciada o encubierta durante la emisión de programas dirigidos a personas menores de edad. "*

No queda claro qué se quiere indicar con este apartado. Esta publicidad está prohibida siempre, independientemente del público al que se dirija (a. 18.2 LGCA). Además, la publicidad siempre debe estar claramente diferenciada de los programas (a. 14.2 LGCA). Por otra parte, hay que recordar que la LGCA (a. 17.4) prohíbe el emplazamiento de producto en la programación infantil. El proyecto no indica esta prohibición.

El anteproyecto debe aludir a las comunicaciones comerciales sobre productos especialmente dirigidos a menores, como los juguetes, que no deben inducir a error sobre las características de los mismos, ni sobre su seguridad, ni tampoco sobre la capacidad y aptitudes necesarias en el menor para utilizarlas sin producir daño para sí o a terceros, tal y como se recoge en el apartado f) del artículo 7 de la LGCA.

Artículo 9. Derechos de las personas con discapacidad

Se advierte una posible discordancia entre los párrafos 2 y 3 de este artículo y lo recogido en la Disposición Transitoria Primera relativa a las horas diarias en lenguaje de signos.



El propio anteproyecto de ley, el artículo 37, en lo relativo a las obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual ante la ciudadanía, en sus apartados d), e), h), i), se refiere a derechos de las personas con discapacidad (obligaciones para los prestadores.

El CAA considera que podría realizarse una remisión expresa a este artículo, a efectos de recoger el elenco de derechos del colectivo en su apartado correspondiente,

También entendemos que este artículo 9 debería incluir un apartado 5 nuevo que podría ser del siguiente tenor: *“Las personas con discapacidad sensorial tienen, además, los derechos establecidos en el artículo 37 y 41 de la presente Ley”*.

Hay que señalar que el proyecto no alude a un aspecto importante, largamente demandado por el colectivo, relativo a los parámetros de calidad. En este sentido, la LGCA así lo recoge.

Al respecto, el CAA, aprobó en 2013 la *Instrucción del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre accesibilidad a los contenidos audiovisuales en las televisiones de Andalucía*.

[\(http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/actuaciones/instrucciones/2013/06/\)](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/actuaciones/instrucciones/2013/06/)

El CAA considera que estas previsiones podrían incluirse en el proyecto, a efectos de responder a las demandas del colectivo relativas a la necesidad de mejora de la calidad de los sistemas y avanzar en la accesibilidad universal, aspecto en el que la Comunidad Autónoma es pionera.

Artículos 10 y 11. Derecho a una comunicación audiovisual transparente y Derechos de las personas usuarias a la información sobre los servicios de comunicación audiovisual

Los artículos 10 y 11.1 contemplan algunos aspectos regulados en el artículo 6 de la LGCA. En función de la materia, podrían ir unidos, pues ambos apartados tienen su desarrollo en el apartado b) del artículo 37 (al que se refiere exclusivamente el artículo 10).

Hay que señalar, además, que el proyecto en la regulación de este derecho no alude a las guías electrónicas de programas como instrumento recogido en la Directiva de servicios audiovisuales y en la LGCA para garantizar la transparencia y el derecho a la información sobre los servicios de comunicación audiovisual.

La LGCA garantiza este derecho y obliga a los prestadores a dar a conocer la programación televisiva mediante una guía electrónica de programas y su incumplimiento se



considera como infracción grave (a. 58.2 LGCA). Además, tanto la información contenida, como las páginas de Internet, las guías electrónicas de programas y demás canales o vías de comunicación de los prestadores del servicio que sirvan para hacer efectivo el derecho a la transparencia deben ser accesibles a las personas con discapacidad. (a. 6.2, 3 y 6 de la LGCA)

El CAA considera que se deben recoger estos aspectos en el anteproyecto.

Por otra parte, el segundo inciso del artículo 11, siendo un derecho reconocido en la Ley de creación del CAA, abarca más aspectos que el enunciado del artículo 11 y extraña su inclusión en relación con el apartado 1º de este artículo.

El CAA considera que es más razonable incluir en el artículo 10 el primer apartado del artículo 11 y dedicar el artículo 11 exclusivamente a los derechos que pueden ejercer la ciudadanía ante el CAA en materia de contenidos y publicidad.

Artículo 13. Derecho de acceso

El derecho de acceso está reconocido desde la aprobación de la Constitución Española y el Estatuto de Autonomía para Andalucía como un derecho fundamental, inherente a las sociedades democráticas, para garantizar que la sociedad organizada a través de las entidades que la representan pueda tener acceso a los medios de comunicación para difundir sus ideas, opiniones y posiciones ante los hechos que le afectan. El derecho de acceso a los medios de comunicación está asociado al pluralismo, a la participación y a los demás valores constitucionales como principios básicos de la programación, que deberá representar la pluralidad social, ideológica, política y cultural de la sociedad, mediante la garantía de su acceso a los medios.

Sin embargo, para el ejercicio de este derecho se requiere una regulación que concrete los mecanismos, criterios y pautas para el normal desarrollo de esta pieza clave para la participación y pluralismo de los medios públicos. La realidad es que hasta el momento nada se había avanzado en la concreción de los mecanismos específicos para asegurar el derecho de acceso en los medios públicos andaluces, a pesar de la obligación legal y de la atribución de funciones a los consejos de administración de los operadores públicos.

En el marco de sus funciones y como consecuencia de las demandas de diferentes grupos y entidades significativas de Andalucía, el CAA adoptó en la Decisión 32 /2014 del Consejo Audiovisual de Andalucía sobre el impulso y la reglamentación del derecho de acceso en los medios audiovisuales públicos en Andalucía.



[http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/actuaciones/decisiones/decision-por-la-que-se-insta-los-medios-garantizar-el-derecho-de-ac](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/actuaciones/decisiones/decision-por-la-que-se-insta-los-medios-garantizar-el-derecho-de-acceso)

El CAA considera que el proyecto debe contener los básicos imperativos legales que garanticen el efectivo ejercicio del mismo, con criterios claros y transparentes, así como la institución y mecanismos de seguimiento y control de los prestadores para que este derecho deje de ser un mero enunciado, como ha ocurrido hasta el momento.

Por todo ello, el CAA considera que, en coherencia con el artículo 41.1 y en la Disposición transitoria 1ª, apartado 4, debería añadirse en el artículo 13.2 la expresión “de la forma que reglamentariamente se determine”, tal y como se indica a continuación:

Por otra parte, se debe clarificar la regulación del derecho de acceso, pues la lectura conjunta de los artículos 13, 41.1 y la DT2ª, generan confusión. Ello no obsta para que las personas con discapacidad sean consideradas como colectivo con especial relevancia social.

Es especialmente importante la previsión legal o reglamentaria de los mecanismos de seguimiento y control tanto del reglamento interno de los prestadores como de la implementación de este derecho. El control del derecho de acceso debe recaer en el CAA, como institución independiente con competencias sobre los contenidos emitidos por los prestadores.

Respecto al apartado 3 del artículo 13, se hace notar que el derecho de acceso es diferente al derecho de participación democrática en la gestión y programación de los prestadores públicos.

Nuevo artículo. Derecho de acceso a la cultura a través de los medios

Tal y como establece la Directiva 2010/13/UE “los servicios de comunicación audiovisual son tanto servicios culturales como económicos”. Su importancia para la educación y la cultura justifica que se considere un derecho de las audiencias el acceso y la difusión de los contenidos culturales y educativos a través de los medios.



TÍTULO III DE LA ADMINISTRACIÓN AUDIOVISUAL

CAPÍTULO I. PRINCIPIOS DE POLÍTICA AUDIOVISUAL

Artículo 15. Objetivos específicos de la acción institucional

Se propone la adición de un nuevo objetivo específico de actuación en el sector audiovisual, con una nueva letra que rece “Fomentar la presencia de contenidos audiovisuales de carácter cultural.

Artículo 17. Alfabetización mediática e informacional y educación audiovisual

El CAA considera que es un gran acierto incluir este aspecto en el proyecto ya que es una pieza clave en la formación de los menores y de la ciudadanía. El Consejo, en cumplimiento de las directrices internacionales y de la Ley General de la Comunicación Audiovisual, elaboró una serie de recomendaciones con el objetivo de fomentar la alfabetización mediática en Andalucía.

<http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/actividad/actuaciones/recomendaciones/2012/01/>

Con objeto de involucrar a todos los agentes implicados, el CAA considera que este artículo debe referirse también a los prestadores y otros poderes públicos. Igualmente, debe mencionar al CAA en las funciones que la Directiva le encomienda tal y como lo hace la LGCA.

Con relación al texto literal del Anteproyecto consideramos inadecuado el término *coeducativo* al ser un concepto que apela a la educación entre hombres y mujeres, cuando la idea es apelar a la incorporación de la alfabetización mediática en la educación con carácter general.

Artículo 19. Igualdad y transversalidad de género

El principio de igualdad se incluye en varios artículos del presente Anteproyecto de Ley (principios inspiradores, líneas de acción institucional, condiciones de las licencias, políticas transversales, etcétera), no obstante se encuentra expresado en términos de “fomento” “promoción” “perseguir objetivos de interés general”, “respeto a la igualdad”; respeto al principio de transversalidad de género”, etcétera.



Las previsiones a este respecto a lo largo del anteproyecto resultan reiterativas y meramente declarativas, aún cuando tanto la normativa Comunitaria como la propia normativa Estatal y autonómica vienen considerando la cuestión de la igualdad y los medios de comunicación como un elemento fundamental para la eliminación de estereotipos y conductas que perpetúan la transmisión de valores actitudes y conductas discriminatorias.

Las previsiones de las leyes de igualdad y de prevención de violencia de género deberían pasar del ámbito declarativo a hacerlas aplicables a la realidad en el ámbito de los medios audiovisuales desarrollando con mayor concreción estos principios.

Igualmente, se advierte en este anteproyecto que no se ha incorporado ninguna de las previsiones que las leyes en materia de igualdad de género establecen para los medios de comunicación, por ejemplo la referencia a los comportamientos estereotipados en materia de publicidad y reduciendo el tipo a aquellos supuestos de utilización de la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio, lo cual dificulta enormemente la subsunción de supuestos que permitirían dotar de mayor concreción jurídica al texto propuesto.

El CAA, tiene como línea prioritaria de actuación la defensa de la igualdad entre mujeres y hombres, desarrollada en tres ámbitos específicos: los estereotipos de género y la transmisión de estereotipos sexistas en la publicidad; la presencia de la mujer en información y la prevención y erradicación de la violencia de género.

Reiteradamente el consejo ha puesto de manifiesto la dificultad de intervenir de manera eficaz, ya que los conceptos como sexismo, estereotipos, dignidad de la mujer o violencia gratuita son considerados jurídicamente indeterminados, por lo que esta falta de concreción impide en muchas ocasiones una actuación contundente del CAA en materia de igualdad de género, sobre todo en el ámbito de la publicidad. Esa indeterminación ha provocado que las intervenciones del Consejo relacionadas con la igualdad en las comunicaciones comerciales se hayan limitado hasta el momento a meras advertencias o recomendaciones de carácter no vinculante. El CAA, junto con otras autoridades internacionales han venido trabajando en el análisis y revisión de la situación de la igualdad de género y la violencia machista en sus respectivos países y en nuestra comunidad, así como en la definición y descripción de indicadores objetivos que permitan medir con precisión el sexismo, contando para ello con el respaldo de argumentos puramente técnicos. Finalmente, se ha elaborado un documento de consenso con otras autoridades reguladoras de nuestro entorno (Francia, Portugal, Italia o Marruecos) que recogen esos indicadores objetivos.

El CAA considera que el Anteproyecto debe ser más preciso en este ámbito, así como realizar una remisión expresa al CAA y al ejercicio de sus funciones.



En particular, podría contener las siguientes previsiones:

- 1. La Junta de Andalucía garantizará la aplicación del principio de igualdad y transversalidad de género en todas las instituciones y acciones que se desarrollen en el sector audiovisual de Andalucía, aplicando de forma rigurosa y sistemática las directrices, pautas y cimientos establecidos en la normativa vigente sobre igualdad, así como las resoluciones, instrucciones y recomendaciones que sobre estas materias dicte el Consejo Audiovisual de Andalucía.*
- 2. Al efecto de garantizar la aplicación del principio de igualdad, la eliminación de los estereotipos sexistas y la lucha contra la violencia de género en los servicios audiovisuales, el Consejo Audiovisual de Andalucía debe impulsar los procesos de corrección y autorregulación del sector.*

CAPITULO II

ORGANIZACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN AUDIOVISUAL

El Consejo Audiovisual de Andalucía es una institución de autogobierno de la Junta de Andalucía, prevista en el capítulo VI, del Título IV del Estatuto de Andalucía, junto al Defensor del Pueblo, la Cámara de Cuentas, el Consejo Económico y Social y el Consejo Consultivo de Andalucía.

Los artículos 131 de la Ley Orgánica 2/2007, de reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía (EAA) y 1 de la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía, determinan que éste “es la autoridad audiovisual independiente encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales, tanto públicos como privados, en Andalucía, así como por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad”.

El CAA considera que en este capítulo se debería conceptualizar correctamente al CAA, tal y como hace el propio Estatuto de Autonomía dedicando un artículo independiente a esta institución. Ello resulta básico a efectos de evitar las frecuentes confusiones respecto a su naturaleza y contribuir a reforzar su configuración estatutaria como institución de autogobierno y autoridad reguladora.

Es llamativo, como se ha dicho, no dedicar un artículo independiente y más completo al CAA, de la misma forma que se enuncia las “entidades locales”, la RTVA, y el Parlamento.



En estricto sentido, el CAA no forma parte de “la Administración de la Junta de Andalucía” por lo que no debe equipararse a la “consejería competente” como administración dependiente del Consejo de Gobierno o al Consejo de Participación Audiovisual de Andalucía, como órgano de participación.

Artículo 24. Competencias de la Administración de la Junta de Andalucía

Se considera conveniente completar el apartado 3 del presente artículo con el siguiente texto: *Así como adoptar las decisiones necesarias para velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales, tanto públicos como privados, en Andalucía, así como por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad.*

Artículo 28. Patrimonio Audiovisual de Andalucía

El CAA no considera adecuado el uso de la palabra “protección” (“se protege”). Ese término no es muy acorde con las nuevas teorías acerca del patrimonio, cuya terminología más actual es la de “salvaguarda”.

Artículo 29. Fomento del sector audiovisual

Se considera conveniente modificar la redacción del apartado 3 del presente artículo que quedaría como sigue: *Los indicadores de rentabilidad social de los servicios de comunicación audiovisual y su contribución a las funciones de fomento encomendadas al CAA, se tendrán en cuenta como criterio de evaluación para conceder incentivos a los servicios de comunicación audiovisual.*



TÍTULO IV

LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS PRESTADORES DEL SERVICIO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

CAPÍTULO I

LOS DERECHOS DE LOS PRESTADORES DEL SERVICIO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Artículo 39. Obligación de financiación de productos audiovisuales

En este artículo se reproduce la normativa estatal en lo que respecta a la financiación anticipada de la producción europea de películas cinematográficas, películas y series para televisión, así como documentales y películas y series de animación.

Consideramos conveniente que el control y seguimiento de las obligaciones contenidas en este punto corresponda al Consejo Audiovisual de Andalucía que establecerá reglamentariamente el procedimiento, los mecanismos de cómputo y la información que podrá recabarse de los operadores.

Artículo 42. Comunicaciones comerciales audiovisuales

El presente artículo debería contener un mayor detalle en lo que respecta a la identificación y señalización de las comunicaciones comerciales al objeto de garantizar su diferenciación respecto al resto de contenidos audiovisuales y así evitar confundir al espectador. Además se debe mencionar la necesidad de respetar la integridad de los programas en los que se insertan dichas comunicaciones.

También es necesario desarrollar un apartado específico para las comunicaciones comerciales en los servicios de comunicación audiovisual radiofónicos, dada su particularidad. Sobre todo en lo que respecta a la integridad de los programas, las prohibiciones relativas a la introducción de mensajes publicitarios, de patrocinio o publirreportajes radiofónicos en los programas informativos y otros, así como las posibles valoraciones y apreciaciones personales con relación a los bienes o los servicios objeto de publicidad o patrocinio por parte de los locutores/as.

En este sentido, es el Consejo Audiovisual de Andalucía la autoridad que debe velar por el respeto a los principios de separación e identificación de la publicidad, por la integridad de los



programas y porque la variedad de formatos de publicidad existentes y los nuevos derivados de la evolución tecnológica y del sector, queden sometidos al régimen jurídico general. Se completaría así el apartado 2 del artículo 45 del presente anteproyecto.

También en este artículo se considera adecuado definir claramente los diferentes tipos de comunicaciones comerciales televisivas como el emplazamiento de producto o la publicidad encubierta, tanto en sus formas de presentación, como en otros aspectos necesarios para su identificación.

Artículo 47. Publicidad institucional audiovisual

En lo que respecta a la publicidad institucional, el Consejo Audiovisual de Andalucía ha constatado la necesidad de definirla y determinarla con mayor especificidad.

Por ello, se considera pertinente desarrollar en este artículo las características que deben cumplir este tipo de publicidad, así como las prácticas prohibidas como la contratación de campañas institucionales para destacar los logros de gestión o aquellas que menoscaben, obstaculicen o perturben las políticas públicas o cualquier actuación legítimamente realizada por otro poder público en el ejercicio de sus competencias.

Además este tipo de publicidad no pueden incluir mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales o que inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico. El Consejo del Audiovisual de Andalucía es el órgano competente para verificar el cumplimiento de la normativa vigente en materia de publicidad institucional para las emisiones que se realicen a través de los servicios de comunicación audiovisuales.



TÍTULO V
SERVICIOS DE COMUNICACION AUDIOVISUAL
CAPÍTULO I
EL SERVICIO PÚBLICO AUDIOVISUAL EN ANDALUCIA

Con carácter general se considera necesaria una definición de los criterios e indicadores generales y las misiones de servicio público recogidas en las previsiones del anteproyecto, especialmente para los prestadores de ámbito local. Asimismo se debe recoger claramente la función del Consejo Audiovisual respecto a la garantía y control del cumplimiento de las misiones de servicio público relativas a los contenidos de programación y publicidad mediante las intervenciones que le asigna su ley de creación.

Artículo 49. Principios inspiradores del servicio público de comunicación audiovisual

Entre los principios inspiradores se cree conveniente la introducción de la independencia e imparcialidad de los medios públicos, así como el fomento y la defensa de la cultura andaluza, de su patrimonio cultural, histórico y artístico, especialmente del flamenco, y de los intereses locales y de proximidad, así como la promoción de la convivencia, impulsando, a este efecto, la participación de los grupos sociales del ámbito territorial de cobertura correspondiente.

Artículo 50. Misiones de los prestadores del servicio público audiovisual

Como mejora de redacción se propone la modificación del apartado f) del presente artículo en los términos siguientes: *Facilitar el acceso de la ciudadanía a la formación, así como a la difusión, el conocimiento y la divulgación de los contenidos y principales acontecimientos sociales, educativos, culturales, científicos, políticos y económicos de la sociedad y sus raíces históricas.*

Artículo 52. Límites para los prestadores del servicio público audiovisual de titularidad pública

En el apartado 2 del presente artículo debe incluirse la función del Consejo Audiovisual de Andalucía de control externo del cumplimiento del Código de Conducta Comercial de la RTVA



y de sus sociedades filiales y la supervisión del cumplimiento de la misión de servicio público de radio y televisión prestado por la RTVA a través de sus sociedades filiales.

Artículo 55. Extinción de las concesiones.

En lo que respecta a la declaración de extinción de la concesión por parte del Consejo de Gobierno, se considera conveniente que dicha extinción requiera de un informe preceptivo previo del Consejo Audiovisual de Andalucía.

Artículo 57. El servicio público televisivo de ámbito autonómico

El apartado 1 del presente artículo establece la legislación a la que se encuentra sujeto el servicio público televisivo de ámbito autonómico, en ella debe ser incluida la legislación reguladora del Consejo Audiovisual de Andalucía.

Artículo 58. El servicio público radiofónico de ámbito autonómico.

El apartado 1 del presente artículo establece la legislación a la que se encuentra sujeto el servicio público radiofónico de ámbito autonómico, en ella debe ser incluida la legislación reguladora del Consejo Audiovisual de Andalucía.

Artículo 60. El servicio público televisivo de ámbito local.

En este artículo no se hace referencia al procedimiento de otorgamiento de licencias que entendemos es similar al utilizado en la actualidad. Es decir, Acuerdo del Consejo de Gobierno para otorgar la licencia, previo informe preceptivo del CAA.

Se propone la siguiente redacción:

- 1 *Los municipios podrán ejercer su derecho a la prestación del servicio mediante solicitud a la Consejería con competencias en materia de medios de comunicación social formulada por los Alcaldes-Presidentes de las Corporaciones, dentro del plazo establecido al efecto, previo acuerdo del Pleno. El Consejo de Gobierno, previo informe preceptivo del Consejo Audiovisual de Andalucía, adoptará el Acuerdo que proceda.*



- 5 (...) La Consejería con competencias en materia de medios de comunicación social valorará el proyecto presentado, solicitará, con carácter previo, informe preceptivo al **Consejo Audiovisual de Andalucía** sobre la solicitud y, emitirá la autorización provisional o, en su caso, rechazará la solicitud motivadamente.

CAPÍTULO II

EL SERVICIO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL COMUNITARIO SIN ÁNIMO DE LUCRO EN ANDALUCÍA.

Se considera que deben ser mejoradas la definición y las condiciones generales de la prestación del servicio de comunicación audiovisual comunitario sin ánimo de lucro en Andalucía puesto que no queda clara la atribución de “máximos” al pluralismo y la participación a estos servicios.

Artículo 65. Extinción de la licencia para prestar el servicio.

En línea con las argumentaciones anteriores debe añadirse: *El incumplimiento de las obligaciones inherentes a la licencia conforme a lo dispuesto en la presente Ley, llevará aparejada la extinción de la misma, previo informe preceptivo del Consejo Audiovisual de Andalucía*

CAPÍTULO III

EL SERVICIO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL PRIVADO DE CARÁCTER COMERCIAL

Los informes preceptivos del CAA relativos a las bases de las convocatorias; concesión, renovación, extinción o negocios jurídicos de las licencias, concesiones y autorizaciones provisionales deben referirse también al cumplimiento de las obligaciones de los prestadores relativos a los principios, materias y funciones que son competencia del CAA.



Artículo 71. Procedimiento para otorgamiento de licencias

Al final del apartado 3 del presente artículo se propone añadir lo siguiente: "*así como en lo concerniente a las condiciones de la prestación del servicio de comunicación audiovisual relativas a las competencias del Consejo Audiovisual de Andalucía*".

Artículo 74. Convocatoria pública de los concursos

En el apartado 4 se propone la misma consideración que el apartado anterior

Artículo 77. Extinción de las licencias audiovisuales

A nuestro juicio el término "Recuperación debe ser sustituido por "extinción". Asimismo en el apartado 77.1 y 77.3 de acuerdo con la Ley de creación del CAA, se requiere informe preceptivo del Consejo para la extinción de la licencia. Debe incluirse esa referencia.

Artículo 78. Negocios jurídicos sobre licencias de comunicación audiovisual

Al final del apartado 3.a del presente artículo se debe introducir la referencia expresa al informe del Consejo Audiovisual de Andalucía también en lo concerniente a las condiciones de la prestación del servicio de comunicación audiovisual relativas a las competencias del Consejo Audiovisual de Andalucía.



TÍTULO VI INSPECCIÓN Y SANCIÓN

CAPÍTULO I GENERALIDADES

Artículo 81. Órganos competentes.

Siguiendo con la tónica generalizada a lo largo de todo el articulado, el Anteproyecto relega la competencia sancionadora del CAA a las infracciones derivadas del incumplimiento de la normativa en materia de contenidos (excluyendo, por ejemplo, los relacionados con la publicidad, con la desobediencia de instrucciones y decisiones emanadas del CAA, o con la resistencia u obstrucción a la labor inspectora de este órgano).

Resultaría más acorde con la exposición de órganos competentes, la supresión del punto 3, que reconoce la potestad inspectora al CAA, e incardinar su contenido en el punto 1. Con ello se mantendría la estructura expositiva del punto 2 (relacionado con el ejercicio de la potestad sancionadora), mejorando la redacción del artículo.

En consecuencia, se propone la siguiente redacción:

1. *El ejercicio de la potestad inspectora corresponde:*
 - a) *Al órgano competente en materia de medios de comunicación social, en lo que se refiere a los aspectos técnicos de la prestación de servicios de comunicación audiovisual, asumiendo las competencias de supervisión, control y protección activa, realizando las actuaciones inspectoras que sean precisas para garantizar el cumplimiento de lo previsto en la presente Ley y demás normativa audiovisual que resulte aplicable.*
 - b) *Al Consejo Audiovisual de Andalucía, de acuerdo con lo previsto en su legislación reguladora, ejerciendo la inspección y el control del cumplimiento de las obligaciones establecidas en la presente Ley y las que sean de aplicación.*
2. *El ejercicio de la potestad sancionadora a que se refiere la presente Ley, de conformidad con el cuadro de infracciones previsto en la misma así como en la legislación general básica aplicable, corresponde:*



- a) *A la persona titular del órgano competente de la Consejería de la Junta de Andalucía que tenga atribuida la competencia en materia de medios de comunicación social, en relación a las infracciones no derivadas del incumplimiento de la normativa en materia de contenidos y publicidad.*
 - b) *No obstante lo anterior, la revocación definitiva de la habilitación para emitir, prevista para los supuestos de infracciones muy graves, será acordada por el Consejo de Gobierno, a propuesta de la persona titular de la Consejería competente en materia de medios de comunicación social.*
 - c) *Al Consejo Audiovisual de Andalucía, en relación con las infracciones derivadas del incumplimiento de la normativa en materia de contenidos y publicidad.*
3. *El ejercicio de las competencias inspectoras y sancionadoras descritas en este artículo, se realizará sin perjuicio de las que correspondan a la Administración del Estado, promoviendo la adopción de mecanismos de cooperación y colaboración con otras Administraciones Públicas.*

CAPÍTULO II. DE LA INSPECCIÓN.

Aunque el título de este capítulo está formulado de forma genérica, de su lectura se extrae que únicamente regula la inspección de la Consejería competente en materia de comunicación social.

En este capítulo de la inspección, se propone incidir en el **deber de colaboración** del personal inspector de la Consejería competente en materia de medios de comunicación social, con el CAA. Por ejemplo, podría contemplar la posibilidad de que la actividad de inspección, además de realizarse de oficio, también pudiera ejercitarse a instancias del CAA.

Artículo 84. Auxilio a la labor inspectora.

El artículo 84.5, referido al auxilio a la labor inspectora por parte de juzgados y tribunales impone obligaciones al poder judicial, lo que podría invadir el ámbito competencial estatal.



Artículo 86. Facultades de la inspección.

Debería eliminarse, del artículo 86 (*Facultades de la inspección*) la letra e). El precintado y la incautación temporal de los equipos. Deberían considerarse, en su caso, como medidas cautelares de carácter provisional, previas a la incoación del procedimiento sancionador. El artículo 97 del Anteproyecto (*Medidas cautelares*) las contempla expresamente en su letra c).

CAPÍTULO III. RÉGIMEN SANCIONADOR.

Artículo 91. Potestad sancionadora.

Debería eliminarse la referencia a la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, puesto que en menos de un año quedará derogada por la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y por la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de régimen jurídico del sector público.

Artículo 93. Infracciones graves.

Por lo que respecta a la relación que de las infracciones graves recoge el artículo 93, la letra b) tipifica el *incumplimiento de las instrucciones y decisiones relacionadas con la prestación del servicio de comunicación audiovisual realizadas por la Consejería competente en materia de medios de comunicación social*. A diferencia de la ley estatal, cuyo artículo 58.5 sanciona el *incumplimiento de las instrucciones y decisiones de la autoridad audiovisual*.

No queda clara la razón de incluir en la letra c) el tipo infractor de *la emisión de comunicaciones comerciales que incurran en las prohibiciones establecidas en la normativa de publicidad*, cuando las letras l) y m) ya recogen, en idénticos términos que la LGCA, los ilícitos relativos a la publicidad.

Con respecto a la letra j), habría que ver hasta qué punto puede exigirse el cumplimiento de los deberes de accesibilidad.

El contenido de la letra l) podría matizarse, en el sentido de que si la conducta constituye un incumplimiento del **artículo 14, en sus apartados 2** (obligación de que la emisión de mensajes publicitarios esté separada y diferenciada de la programación, a través de mecanismos acústicos y ópticos de diferenciación, sin suponer una alteración de la integridad de los programas), **y 3** (ausencia de señalización de la publicidad, incluyendo la señalización



defectuosa. Es decir, que la superposición del indicativo "publicidad" no sea permanente o que no sea claramente legible), se integraría en un nuevo tipo infractor **leve**.

La *colaboración necesaria* a la que se refiere la letra f) no queda suficientemente definida. Tampoco aclara nada al respecto, el artículo 99, que atribuye la responsabilidad por esta infracción a quienes *contribuyan realizando una tarea esencial a la prestación del servicio de comunicación audiovisual*.

Podrían incluirse otros tipos: La emisión de contenidos o de comunicaciones comerciales que transmitan una imagen estereotipada de mujeres y hombres. Así como el incumplimiento de los requerimientos de cese de aquellas prácticas que contravengan la normativa en materia de contenidos y publicidad.

Artículo 94. Infracciones leves.

A efectos de mayor seguridad jurídica, se propone la siguiente redacción:

El incumplimiento del deber de atender a los requerimientos de información o de envío de material efectuados por la autoridad competente, así como retrasar injustificadamente su aportación cuando resulte exigible conforme a lo dispuesto en esta Ley.

A estos efectos, también se entenderá incumplido un requerimiento, a juicio de la autoridad requirente, cuando no se atienda en su totalidad, o cuando no sea correctamente atendido.

Se propone incluir como tipo infractor:

La presencia de deficiencias en materia de continuidad y de calidad técnica en la prestación de servicios de comunicación audiovisual, en los casos en que éstas no constituyan un incumplimiento claro de las obligaciones establecidas o impuestas en el régimen de la licencia o la comunicación previa.

Propuesta de nuevo artículo:

Podría añadirse la siguiente previsión, introducida como novedad en el artículo 9.2 de la LGCA, relativa al procedimiento negocial conciliador de resolución de conflictos:



"La autoridad audiovisual competente podrá alcanzar acuerdos con el prestador de servicios para modificar el contenido audiovisual o, en su caso, poner fin a la emisión del contenido ilícito. El efectivo cumplimiento del acuerdo por parte del prestador pondrá fin a los procedimientos sancionadores que se hubiesen iniciado en relación con el contenido audiovisual objeto del acuerdo cuando se tratase de hechos que pudieran ser constitutivos de infracción leve."

Como autoridad que tiene atribuida la potestad sancionadora en materia audiovisual, el CAA ha de ser la autoridad audiovisual competente para este nuevo procedimiento.

Propuesta de nuevo artículo:

En el caso de que un mismo hecho pueda dar lugar a varias infracciones del mismo tipo, se sancionará por una sola de ellas, atendiendo a la importancia del bien jurídico que se trata de proteger. Si las infracciones concurrentes pertenecen a tipos distintos, se sancionará por la más grave.

Artículo 95. Graduación de las sanciones.

En este artículo debe señalarse la misma advertencia que ya ha quedado expuesta para el artículo 91, sobre las referencias a la Ley 30/1992.

En cuanto a los criterios de graduación de las sanciones, y puesto que, tal como la propia redacción del precepto establece, se añaden a los ya previstos por la legislación básica estatal, deberían suprimirse de la enumeración, por reiterativos:

Artículo 96. Sanciones.

El Consejo aplaude la intención de modular la elevada cuantía de los tramos previstos en la legislación básica. Puesto que es evidente que la cuantía de las sanciones previstas en la LGCA las hace de muy difícil aplicación a prestadores de pequeño o mediano tamaño.

No obstante, se considera que el Anteproyecto de Ley propone una modificación de las cuantías mínimas que podrían contravenir el principio de distribución competencial. A este respecto, cabría contemplar opciones como, sin variar la calificación de la infracción de que se trate, aplicar la escala de sanciones prevista para los ilícitos de calificación inmediatamente



inferior en gravedad, si concurren algunas de las circunstancias atenuantes que necesariamente deben estar expresamente previstas en la Ley.

Por otra parte, y continuando con el mismo artículo 96, el último párrafo de la letra c) del apartado 1 repite literalmente el inciso contenido en el apartado 1.b) 3. Está claro que se trata de un error, por lo que debe suprimirse.

Se propone la ubicación de los apartados 4, 5 y 6 del artículo 96 en el artículo 98 (*Medidas sancionadoras accesorias*).

Además, se propone recoger expresamente en el apartado 4 del artículo 96 debería la posibilidad de que la autoridad competente para imponer la sanción, acuerde la difusión de la información contenida en este apartado a través de su página web.

La previsión contenida en el apartado 5 del artículo 96, podría suponer una vulneración del principio *non bis in idem*, al contemplar la doble incriminación de entidad jurídica y gestor por el mismo hecho infractor.

Artículo 97. Medidas cautelares.

Las medidas cautelares contempladas en el artículo 97, tanto por su finalidad, como por su naturaleza, vienen referidas, de nuevo en exclusiva, a la potestad sancionadora de la Consejería competente en materia de medios de comunicación social. No contiene ninguna que pudiera ser adoptada por el CAA en el ejercicio de sus competencias.

Podrían añadirse otras medidas susceptibles de ser acordadas por el CAA.

Artículo 98. Medidas sancionadoras accesorias.

Deberían recogerse otras sanciones accesorias, como la rectificación de las informaciones incorrectas o falsas, o como la reinstauración del pluralismo.

Artículo 99. Responsabilidad por los hechos infractores.

Amplía con creces las personas responsables por las infracciones cometidas, con respecto al régimen de la LGCA que únicamente hace recaer la responsabilidad en esta materia, a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual.

Para el apartado 3 del artículo 99 debe hacerse constar que la responsabilidad administrativa sancionadora no se transmite a terceros, porque las sanciones no tienen carácter de deuda civil. Por tanto, desaparecida la empresa, desaparece la responsabilidad.

