

La impunidad de las televisiones para emitir publicidad ilícita, uno de los aspectos más negativos de la nueva Ley.

### **Entra en vigor la Ley General de la Comunicación Audiovisual**

AUC exige el desarrollo, a la mayor brevedad, de un sistema homologado de control parental y su aplicación a los contenidos de todos los operadores.

La Asociación recuerda también que el 5 de mayo entra en vigor el texto con solidado de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual, incorporada por la LGCA.

*Madrid, 30 de Abril de 2010.* El 1 de mayo entra en vigor la Ley 7/2010, de 30 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, que pretende establecer un marco legal estable para el desarrollo del nuevo marco televisivo en la era digital. La regulación de los servicios convencionales y a petición; de la televisión de pago, de alta definición y en movilidad; el reconocimiento de las televisiones comunitarias, o la creación del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales son algunos de los aspectos más destacables de la nueva Ley a juicio de la Asociación de Usuarios de la Comunicación.

AUC reconoce el esfuerzo realizado por el Gobierno y por los diferentes Grupos Parlamentarios para llegar a un texto en el que se recogen muchas de las reivindicaciones de las organizaciones sociales y ciudadanas orientadas a aumentar las garantías para la protección de los espectadores.

No obstante, hay que señalar también algunas deficiencias de la nueva Ley, especialmente a los siguientes aspectos:

#### **Protección de los menores ante la programación**

AUC considera positiva la prohibición de la emisión en abierto de los contenidos de pornografía y violencia gratuita; la obligatoriedad de calificar los contenidos por edades con un identificador digital y criterios homologados; el reconocimiento legal, dentro del horario de protección del menor, de las franjas de protección reforzada, hasta ahora recogidas en el Código de Autorregulación de las cadenas.

Sin embargo, critica que no se haya respetado lo señalado por la Directiva de Servicios de Medios Audiovisuales, que obliga a que los contenidos de pornografía y violencia gratuita sean difundidos sólo a petición, es decir, mediante el sistema de video bajo demanda y fuera de las parrillas de programación, y sólo a través de acceso condicional.

En todo caso, AUC señala que el Foro Técnico de la TDT ha estado trabajando en estos años en el establecimiento de un estándar para la utilización del control parental asociado a los programas, y considera una obligación legal la puesta en marcha cuanto antes del sistema.

### **Protección de los menores ante la publicidad**

AUC considera positivo que finalmente se contemple la limitación de determinada publicidad que puede considerarse perjudicial para los consumidores, como la que puede confundir sobre las características de los juguetes, la que abusa de la atracción de los personajes populares al utilizarlos como prescriptores; la referida a tratamientos adelgazantes y de "culto al cuerpo"; la sexista, que ahonda en los estereotipos de género; la de alimentos ricos en grasas; la de esoterismo y paraciencias, o la emisión de los llamados *call Tv*.

Sin embargo, considera que debería haberse formulado de modo más claro la prohibición de usar personajes de ficción como reclamo en la publicidad infantil; la limitación de emisión para los anuncios de contactos sexuales, y, sobre todo, debería de haberse prohibido la publicidad de bebidas alcohólicas de 20 grados centesimales o menos (la de bebidas alcohólicas de más de 20 grados está prohibida desde el año 80) antes de las 10 de la noche. AUC considera incoherente que se prohíban antes de esa hora las comunicaciones comerciales que promuevan el culto al cuerpo y no las de un producto, como las bebidas alcohólicas, cuya venta está prohibida para los menores de 18 años.

### **Limitación del tiempo de emisión publicitaria**

AUC valora positivamente que el Proyecto haya reducido el tiempo de emisión publicitaria a 20 minutos por hora de reloj, frente a los 39 minutos inicialmente propuestos por el Gobierno, con una limitación al día para las telepromociones (36 minutos).

Sin embargo, cabe recordar que la Directiva establece un límite obligatorio de 12 minutos para esas formas de comunicación comercial que en España pueden extenderse hasta los 20 minutos.

### **La responsabilidad de las cadenas sobre lo emitido**

AUC considera muy negativo para los consumidores que se exonere de cualquier responsabilidad administrativa a los prestadores del servicio audiovisual televisivo por la posible emisión de comunicaciones comerciales ilícitas. No hay ningún sector en la oferta de bienes y servicios el que los canales de distribución no tengan responsabilidad en la calidad y estado de los productos ofrecidos.

Aunque la ley prevé obligar a las televisiones a cesar en la emisión de esas comunicaciones comerciales ilícitas, esta nueva situación rompe radicalmente con lo contemplado por la normativa audiovisual hasta ahora vigente, que consideraba responsables a las cadenas de lo emitido, tanto programación como publicidad. Además, se limita notablemente la capacidad de

actuación del Consejo Audiovisual (que no podrá entrar en cuestiones publicitarias) y deja a los consumidores sin una vía clave para su protección y defensa ante la publicidad ilícita.

### Directiva Europea

Por otro lado, el 5 de mayo entra en vigor la Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 10 de marzo de 2010 sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual).

De este modo, se consolida el texto de la Directiva de Televisión Sin Fronteras con su modificación a través de la Directiva 2007 de Servicios de Medios Audiovisuales, que ha sido incorporada a nuestro ordenamiento jurídico por la nueva Ley General de la Comunicación Audiovisual.

Para más información: Alejandro Perales (600 56 46 92)