

Valoración del Proyecto de Ley general de la Comunicación Audiovisual tras su paso por el Congreso.

## **La Asociación de Usuarios de la Comunicación destaca los avances y critica las carencias en materia de protección de menores y regulación de las comunicaciones comerciales**

La Asociación muestra su satisfacción con la introducción de la figura del “usuario de especial relevancia”, aunque considera insuficientes las limitaciones a las plataformas de intercambio de vídeos, que en la actualidad permiten el acceso sin restricciones de los menores a todo tipo de contenidos inadecuados y perjudiciales, incluida la pornografía.

El Proyecto de Ley permite una mayor saturación publicitaria y, por primera vez desde hace tres décadas, se da paso a la publicidad de bebidas alcohólicas de alta graduación en televisión.

*Madrid, 31 de mayo de 2022.* La Asociación de Usuarios de la Comunicación ha hecho un balance del proyecto de Ley General de Comunicación Audiovisual aprobado en el pleno del Congreso para su paso al Senado. Esta norma, que traspone la modificación de la Directiva Europea de Servicios de Comunicación Audiovisual operada en 2018, debería de haber sido incorporada a nuestro ordenamiento jurídico en septiembre de 2020, retraso que ha generado la apertura de un expediente sancionador por parte de la Comisión Europea y el reciente traslado del caso al TJUE.

El Proyecto de Ley mantiene, en línea con la propia Directiva, la obligación para los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de garantizar el respeto a la dignidad humana, la igualdad de género, la discapacidad, el pluralismo, la diversidad cultural y la veracidad de la información. Además, y por primera vez, extiende esta obligación a las empresas de internet (denominadas plataformas de intercambio de vídeos) y a las redes sociales cuando difunden contenidos audiovisuales.

La nueva norma apuesta en mayor medida que la actual Ley 7/2010 por la regulación voluntaria (autorregulación y la corregulación) y por la alfabetización mediática e

informativa, reconociendo de forma expresa la participación de la sociedad civil en estos ámbitos a través de las organizaciones de consumidores y usuarios.

En materia de **protección de menores**, y de acuerdo con el Proyecto de Ley aprobado, se obliga como hasta ahora a todos los prestadores de servicios de comunicación audiovisual a facilitar información sobre el contenido que puede ser perjudicial para ellos, contemplando también la posibilidad de completar la calificación de edades con descriptores temáticos, tal y como ocurre en este momento con el etiquetado de los videojuegos.

Más laxa es dicha obligación en el caso de los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, dado que no se reconoce su responsabilidad en los contenidos que difunden provenientes de terceros, y además se benefician del principio de país de origen para sortear la normativa de otros Estados miembros. Sí se les impone, en todo caso, la utilización de sistemas de verificación de edad y el establecimiento de mecanismos que permitan a sus usuarios calificar los contenidos en función de la edad.

AUC destaca, como aspecto positivo del texto del Proyecto de Ley aprobado en el Congreso, la incorporación de una nueva figura legal, los denominados "usuarios de especial relevancia", generadores de contenidos audiovisuales que ponen a disposición del público dichos contenidos a través de plataformas de intercambio de vídeos, cuyas obligaciones en materia de protección de menores y comunicaciones comerciales se asimilan a las de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual. Se consideran usuarios de especial relevancia quienes desarrollan su actividad de modo lucrativo; tienen responsabilidad editorial sobre los mensajes difundidos; se dirigen a una parte significativa del público en general pudiendo tener un claro impacto sobre él, y están establecidos en España.

La asociación muestra su satisfacción por el hecho de que se haya atendido a una de sus reivindicaciones: regular la actividad de los generadores de contenidos, como es el caso de los *vloggers* e *influencers*. Pero considera que los criterios para definir a esos usuarios de especial relevancia son insuficientes, y habrá que ver hasta qué punto estas medidas evitan aspectos hoy muy preocupantes como el acceso libre a la pornografía por parte de menores de edad o la difusión de publicidad encubierta en las plataformas de intercambio de vídeos.

Con respecto a las franjas horarias que se aplican a la oferta televisiva lineal, la emisión de aquellos programas cuya calificación sea "no recomendada para menores de 18 años" seguirá estando prohibida entre las 6 de la mañana y las 10 de la noche.



Asociación de Usuarios  
de la Comunicación

Por lo que se refiere a la regulación de las **comunicaciones comerciales**, por primera vez desde finales de los 80 se permite la publicidad de bebidas alcohólicas de alta graduación en televisión, concretamente a partir de la una de la madrugada. El resto de bebidas alcohólicas podrán seguir anunciándose a partir de las 20:30, a pesar de que, como decíamos, los contenidos de adultos no pueden emitirse antes de las 10 de la noche. La una de la madrugada es también la hora límite para la publicidad de juegos de azar y para la del esoterismo y las paraciencias, que sigue sin considerarse un fraude para los consumidores y usuarios.

El Proyecto de Ley contempla también la posibilidad de aumentar el número de anuncios emitidos por las televisiones, pasando del actual límite de 12 minutos por hora a un límite máximo de 144 minutos entre las 6:00 y las 18:00 horas y de 72 minutos entre las 18:00 y las 24:00 horas. Ello puede suponer un aumento de la saturación publicitaria en las franjas de mayor audiencia, afectando negativamente tanto a los derechos de espectadores como a los intereses de los anunciantes.