



MEMORIA DEL ANÁLISIS DE IMPACTO NORMATIVO ANTEPROYECTO DE LEY GENERAL DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

FICHA DEL RESUMEN EJECUTIVO

Ministerio/ Órgano proponente	Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales	Fecha	17.06.21
Título de la norma	Anteproyecto de Ley General de Comunicación Audiovisual		
Tipo de Memoria	Normal <input checked="" type="checkbox"/> Abreviada <input type="checkbox"/>		
OPORTUNIDAD DE LA PROPUESTA			
Situación que se regula	<p>Con el presente Anteproyecto de Ley General de Comunicación Audiovisual se procede a:</p> <p>1. Transponer al ordenamiento jurídico español 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). Asimismo, mediante esta Ley se traspone completamente la Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de noviembre de 2018 por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE 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 (DSCA)).</p> <p>2. Actualizar la normativa audiovisual para adecuarla a las necesidades del sector y su previsible evolución.</p>		
Objetivos que se persiguen	<ul style="list-style-type: none">▪ Actualizar y modernizar el marco regulatorio audiovisual mediante una regulación más acorde con la era digital.▪ Regular con seguridad, garantía y flexibilidad la prestación del servicio de comunicación audiovisual y del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.▪ Garantizar los derechos de los usuarios, tanto de los menores como del público en general.▪ Establecer reglas de juego equivalentes para actores que compiten en el mismo sector industrial.▪ Mantener y reforzar las medidas de protección existentes y el fomento de la diversidad cultural y lingüística del sector audiovisual.		
Principales alternativas consideradas	Aprobación de una modificación de la Ley 7/2010, de 31 de marzo.		
CONTENIDO Y ANÁLISIS JURÍDICO			
Tipo de norma	Ley ordinaria. Legislación básica.		
Estructura	Exposición de motivos, 164 artículos, organizados en un Título preliminar y 10 Títulos, 3 Disposiciones Adicionales, 5 Disposiciones transitorias, 1 Disposición derogatoria y 6 Disposiciones finales.		
Consulta pública (artículo 26.2 Ley 50/1997)	Del 21.01.19 al 22.02.19 se celebró una consulta pública conforme al artículo 26.2 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno. Se recibieron 60 aportaciones.		
Audiencia pública sobre el texto articulado (artículo 26.6 Ley 50/1997)	<p>El Proyecto se ha sometido a una audiencia pública entre el 6.11.20 y el 3.12.20, conforme al artículo 26.6 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre. El texto del Proyecto fue accesible al público general a través del portal web del Ministerio Asuntos Económicos y Transformación Digital.</p> <p>Se han recibido 157 aportaciones de prestadores de servicios de comunicación audiovisual, asociaciones presentes en el sector audiovisual, productores, organizaciones de usuarios, y usuarios particulares. (Anexo 5 de la MAIN).</p>		
Informes a recabar (artículo 26.5 Ley 50/1997)	<ul style="list-style-type: none">- Ministerio Asuntos Económicos y Transformación Digital. DGPOLECO. SGT. Abogacía del Estado- Ministerio de Cultura y Deporte. Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA)		



	<ul style="list-style-type: none"> - Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática. - Ministerio de Sanidad. - Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030. Consejo Nacional de la Discapacidad - Ministerio de Consumo. Consejo de Consumidores y Usuarios - Ministerio de Igualdad. - Ministerio de Hacienda. - Ministerio de Justicia - Ministerio de Política Territorial y Función Pública - Oficina Calidad y Coordinación Normativa. - Agencia Española de Protección de Datos - Consejo Económico y Social - Comunidades Autónomas. - Consejo de Estado. 	
Informes recabados	- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia 18.12.20 (Anexo 6 de la MAIN)	
ANÁLISIS DE IMPACTOS		
Adecuación al orden competencial	El Anteproyecto se dicta en su mayor parte al amparo del título competencial del artículo 149.1. 27ª de la Constitución Española, de conformidad con 149.1.1ª. No obstante, el Título V se dicta al amparo del 149.1. 6ª, 8ª y 21ª, y algunos artículos se amparan también en otros títulos competenciales como el 149.1. 13ª, 149.1.16ª y 149.1.27ªCE.	
Impacto económico y presupuestario	Efectos sobre la economía en general	
	En relación con la competencia	<input type="checkbox"/> la norma no tiene efectos significativos sobre la competencia. <input checked="" type="checkbox"/> la norma tiene efectos positivos sobre la competencia. <input type="checkbox"/> la norma tiene efectos negativos sobre la competencia.
	Desde el punto de vista de las cargas administrativas	<input type="checkbox"/> supone una reducción de cargas administrativas. Cuantificación estimada _____ <input type="checkbox"/> incorpora nuevas cargas administrativas. Cuantificación estimada: _____ <input checked="" type="checkbox"/> no afecta a las cargas administrativas
	Desde el punto de vista de los presupuestos, la norma <input type="checkbox"/> Afecta a los presupuestos de la Administración del Estado <input type="checkbox"/> Afecta a los presupuestos de otras Administraciones Territoriales	<input type="checkbox"/> Implica un gasto <input type="checkbox"/> Implica un ingreso
Impacto de género	La norma tiene un impacto de género	Negativo <input type="checkbox"/> Nulo <input type="checkbox"/> Positivo <input checked="" type="checkbox"/>
Impacto sobre las pequeñas y medianas empresas		El Anteproyecto tiene efectos positivos sobre las PYMES ya que modula el cumplimiento de algunas obligaciones en función del tamaño/ingresos que pueden suponer desventajas a dichas empresas a la hora de competir en un sector en el que se necesitan importantes inversiones para diferenciarse (inversión en adquisición y producción de contenidos).
Impacto en los menores		El Anteproyecto debe tener un efecto positivo en los menores pues mejora su protección en el acceso y consumo de contenidos audiovisuales que le puedan resultar perjudiciales. En particular, en las siguientes áreas: contenidos dañinos, calificación y recomendación por edades, comunicaciones comerciales audiovisuales. Asimismo, se incluye en el ámbito de aplicación de las mencionadas áreas a los prestadores del servicio de intercambio de videos a través de plataforma (VSP), donde en la actualidad los menores consumen la mayoría del contenido audiovisual.
Impacto igualdad de oportunidades, no		La norma tiene impactos positivos, pues extiende la accesibilidad a servicios que no contemplaba la Ley



discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad		7/2010, de 31 de marzo, así como introduce como requisito el fomento de la calidad de las herramientas.
--	--	---



Índice

1	OPORTUNIDAD DE LA PROPUESTA	5
1.1	MOTIVACIÓN DE LA NORMA.....	5
1.2	ALTERNATIVAS CONSIDERADAS.....	5
1.3	FINES Y OBJETIVOS PERSEGUIDOS.....	6
1.4	ADECUACIÓN A LOS PRINCIPIOS DE BUENA REGULACIÓN.....	7
1.5	PLAN ANUAL NORMATIVO.....	8
2	CONTENIDO, ANÁLISIS JURÍDICO Y DESCRIPCIÓN DE LA TRAMITACIÓN	8
2.1	CONTENIDO.....	8
2.2	ANÁLISIS JURÍDICO.....	32
2.3	DESCRIPCIÓN DE LA TRAMITACIÓN.....	42
3	ADECUACIÓN DE LA NORMA AL ORDEN DE DISTRIBUCIÓN DE COMPETENCIAS	57
4	IMPACTO ECONÓMICO Y PRESUPUESTARIO	59
5	IMPACTO POR RAZÓN DE GÉNERO	72
6	IMPACTO EN LA INFANCIA Y ADOLESCENCIA	73
7	IMPACTO EN LA FAMILIA	74
8	OTROS IMPACTOS	74
9	EVALUACION EXPOST	75
	ANEXO 1. Tabla de equivalencias de la trasposición	76
	ANEXO 2. Independencia de la CNMC	77
	ANEXO 3. Cargas Administrativas Inscripción Registro Audiovisual	78
	ANEXO 4. Cálculo de las cargas administrativas relativas a la obligación de financiación de obra audiovisual europea	79
	ANEXO 5. Análisis de las contribuciones audiencia pública	80
	ANEXO 6. Análisis de las contribuciones del Informe de la CNMC	110



1 OPORTUNIDAD DE LA PROPUESTA

1.1 MOTIVACIÓN DE LA NORMA

Con fecha 28 de noviembre de 2018 se publicó en el Diario Oficial de la Unión Europea la **Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de noviembre de 2018, por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE** sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (**DSCA-Directiva de servicios de comunicación audiovisual**¹).

La modificación de la DSCA se inscribe en el conjunto de propuestas legislativas presentadas por la Comisión Europea en la Estrategia para la creación de un Mercado Único Digital de mayo de 2015, habida cuenta de la evolución de las realidades del mercado audiovisual europeo.²

La modificación de la DSCA entró en vigor a los veinte días de su publicación en el «Diario Oficial de la Unión Europea», y se estableció el **19 de septiembre de 2020 como fecha límite para los Estados miembros para su transposición a los ordenamientos jurídicos nacionales**.

El Anteproyecto de Ley (en adelante, APL) **obedece, por un lado**, a la necesidad de cumplir con las obligaciones derivadas de la pertenencia de España a la Unión Europea, dando cumplimiento a la transposición al ordenamiento jurídico español de la citada modificación de la DSCA.

Por otro lado, varios aspectos en el escenario audiovisual actual, no abordados por la modificación de la DSCA, **aconsejan que se acometa una reforma de mayor calado de la legislación que regula el sector audiovisual**³, con el fin de adecuarla a las necesidades presentes y futuras del sector en España.

1.2 ALTERNATIVAS CONSIDERADAS

Desde la perspectiva del instrumento jurídico-formal, la transposición al ordenamiento interno de la modificación de la DSCA **sólo puede ser cumplida mediante la aprobación de una disposición con rango de ley**, lo que exigía la modificación de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (LGCA).

La magnitud y el alcance de las reformas a realizar necesariamente en la norma han determinado que, en lugar de acometer una modificación parcial de la LGCA, se opte por aprobar una nueva norma legal completa.

Por otro lado, la **normativa básica de radio y televisión y medios de comunicación social, competencia del Estado**, conforme con lo establecido en el artículo 149.1. 27^a de la Constitución Española, no constituye materia reservada a ley orgánica, conforme a lo establecido en el artículo 81 de la Carta magna, por lo que la única opción para recoger la normativa básica en materia audiovisual es la aprobación de una disposición con rango de ley.

¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX:32018L1808>

² <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015DC0192&from=EN>

³ <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292>



Desde el punto de vista material o del contenido del APL, importa subrayar que se ha decidido profundizar en las normas básicas aplicables a los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual en aras de lograr una mejor garantía de su misión de servicio público. Por otro lado, a pesar de que los servicios de comunicación audiovisual radiofónicos y sonoros a petición no están incluidos en el ámbito de la DSCA, se ha decidido seguir con la lógica instaurada en la LGCA e incluirlos en el ámbito de aplicación del APL con el fin de que la normativa aplicable a estos servicios resulte más clara e identificable.

1.3 FINES Y OBJETIVOS PERSEGUIDOS

La modificación de la DSCA tuvo como principal finalidad actualizar y modernizar el marco regulatorio audiovisual vigente en la UE, marco regulatorio que fue adaptado técnicamente en 2010, y que mantiene el núcleo normativo de la Directiva de Televisión sin Fronteras aprobada en 1989⁴ y modificada en 2007⁵.

Esta necesidad de actualización vino motivada por la **paulatina convergencia de los servicios tradicionales de televisión y los distribuidos vía Internet**. Los usuarios acceden cada vez en mayor medida a programas y contenidos audiovisuales a petición a través de televisores conectados, teléfonos inteligentes, tabletas u ordenadores, destacando especialmente entre los más jóvenes el visionado de contenido generado por otros usuarios, a través del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.

En este mercado existen diferentes tipos de agentes con modelos de negocio muy diferentes, donde todos compiten por la audiencia y la publicidad; en definitiva, por ingresos que rentabilicen sus inversiones y, sin embargo, hasta la fecha muchos de dichos prestadores se han visto sometidos a reglas diferentes.

La modificación de la DSCA buscó subsanar esta situación, **equilibrando las condiciones regulatorias a las que están sometidos todos los prestadores**, buscando, entre otros objetivos, **reforzar la protección de los menores y los espectadores en general y en todos los servicios** y lo hace con medidas como son:

- Inclusión del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma en el ámbito de aplicación (incluidas las redes sociales que cumplan determinados requisitos).
- Armonización de las reglas aplicables al servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal y al servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición.
- Impulso de la promoción de las obras audiovisuales europeas.
- Flexibilización del régimen de comunicaciones comerciales audiovisuales.
- Refuerzo de la independencia de los reguladores audiovisuales y formalización de ERGA como órgano consultivo de la Comisión Europea.

Ahora bien, la transposición al ordenamiento jurídico español de las nuevas reglas adoptadas a nivel europeo debe ir más allá de la mera traslación al ámbito nacional del

⁴ Directiva 89/552/CEE del Consejo, de 3 de octubre de 1989, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.

⁵ Directiva 2007/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre de 2007, por la que se modifica la Directiva 89/552/CEE del Consejo sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.



contenido de la DSCA. Es importante subrayar que en modo alguno se produce el denominado *gold-plating*, esto es: una exlimitación o el exceso normativo que interfiera con los objetivos esperados con la regulación efectuada por la DSCA.

El APL se complementa con otras modificaciones que aseguren que esta transposición se realiza sin menoscabo de la **coherencia de la normativa audiovisual nacional, y que el resultado de este ejercicio atienda adecuadamente a las necesidades presentes y futuras del sector**, teniendo en cuenta la evolución del sector audiovisual en los últimos años.

Así, se aprovecha para incluir algunas **mejoras puramente jurídicas** que resulta oportuno acometer, como la revisión del régimen sancionador para su adecuación a los principios generales de la potestad sancionadora.

1.4 ADECUACIÓN A LOS PRINCIPIOS DE BUENA REGULACIÓN

Como no podía ser de otra manera, el APL se adecúa a los **principios de buena regulación previstos en el artículo 129 de la Ley 39/2015**, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas: principios de necesidad, eficacia, proporcionalidad, seguridad jurídica, transparencia, y eficiencia.

De conformidad con los **principios de necesidad y eficiencia**, la norma se justifica por razón de interés general, ya que los ciudadanos españoles son usuarios de servicios de comunicación audiovisual, y son los principales beneficiados por el mayor grado de protección de sus derechos que recoge esta norma, siendo precisamente esta disposición con rango de ley el instrumento adecuado para el refuerzo de tales derechos.

Tal refuerzo se concreta en el derecho de los usuarios del servicio de comunicación audiovisual a recibir una comunicación audiovisual plural que no incite a la violencia, a la discriminación, al odio o a la comisión de actos terroristas, así como que sea respetuosa con el derecho a la diversidad cultural y lingüística o con el derecho a una comunicación audiovisual transparente. También se benefician de las modificaciones introducidas en el ámbito de las comunicaciones comerciales audiovisuales.

En línea con lo dispuesto en la Directiva (UE) 2018/1808, el APL recoge medidas que protegen especialmente a los menores al establecer una obligación de carácter general para todos los agentes del mercado de adoptar medidas de protección equivalentes a las que ya se aplican en el servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal, y que se ven, a su vez, reforzadas en relación con el acceso a programas y contenidos que perjudiquen el desarrollo físico, mental o moral de los menores. También se benefician las personas con discapacidad al establecer unas obligaciones más exigentes respecto de la accesibilidad del servicio de comunicación audiovisual.

Además, se refuerzan los derechos de los usuarios de servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, en tanto que dichos servicios quedan incluidos en el ámbito del APL, ampliando la norma proyectada su ámbito de aplicación más allá del servicio de comunicación audiovisual televisivo.

La regulación del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma afecta no sólo a los prestadores de servicios de la sociedad de la información que ofrecen el servicio de intercambio de vídeos generados por los usuarios, sino que se proyecta sobre todas las redes sociales cuya finalidad propia o la de una de sus partes dissociables consista en ofrecer al público en general programas sobre los que no tienen responsabilidad editorial.



Por otro lado, y en virtud del **principio de proporcionalidad**, la iniciativa contiene la regulación imprescindible no sólo para dar cumplimiento a la obligación de transponer la modificación de la DSCA, sino también para establecer de manera ecuánime los derechos y obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma en sus relaciones con los usuarios de dichos servicios.

Asimismo, la norma proyectada respeta el **principio de seguridad jurídica y coherencia** con el resto del ordenamiento jurídico, al ser, en su mayor parte, la norma estatal de carácter básico en materia audiovisual con voluntad de permanencia, dotando de unas reglas de juego equivalentes para los diferentes actores que compiten en el mismo sector industrial, manteniendo y reforzando las medidas de protección de la diversidad cultural y lingüística del sector audiovisual y arbitrando mecanismos para garantizar los derechos de los espectadores.

Finalmente, la norma proyectada respeta plenamente el **principio de transparencia** por cuanto en su elaboración se ha seguido el procedimiento legal establecido y, en particular, se ha realizado tanto una consulta pública previa como, posteriormente, el trámite de audiencia con una amplia participación. Además, la parte expositiva del APL y esta memoria explican su contenido con detalle.

1.5 PLAN ANUAL NORMATIVO

El Plan Anual Normativo de la Administración General del Estado para 2020, aprobado por Acuerdo del Consejo de Ministros de 8 de septiembre de 2020, incluye el APL como un proyecto normativo a impulsar por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital.

Se dispone que será una norma sujeta a evaluación ex post por su impacto sobre el sector audiovisual, como sector económico destacado (art. 3.1.d) del Real Decreto 286/2017, de 24 de marzo, por el que se regulan el Plan Anual Normativo y el Informe Anual de Evaluación Normativa de la Administración General del Estado y se crea la Junta de Planificación y Evaluación Normativa).

2 CONTENIDO, ANÁLISIS JURÍDICO Y DESCRIPCIÓN DE LA TRAMITACIÓN

2.1 CONTENIDO

El APL consta de una Exposición de Motivos, 164 artículos organizados en un título preliminar y 10 títulos, 3 disposiciones adicionales, 5 disposiciones transitorias, 1 disposición derogatoria y 6 disposiciones finales.

A continuación, se exponen las medidas introducidas por la modificación de la DSCA y los correlativos cambios introducidos en el APL:

Título Preliminar: Disposiciones generales.

Se establece el objeto de la Ley, que consiste en la regulación del servicio de comunicación audiovisual y del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.



Se establecen las **definiciones** en el artículo 2, destacando la de “*Servicio de comunicación audiovisual*”, “*Servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma*”, “*Prestador del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma*”, “*programa*”, “*Servicio de comunicación audiovisual sin ánimo de lucro*”, “*Vídeo generado por usuarios*”, “*Decisión editorial*”.

Asimismo, en el artículo 2 del APL se introduce la definición de *prestador del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual*. Dicho concepto viene a actualizar al de *prestador de un servicio de comunicación electrónica que difunde canales de televisión*. Las mejoras tecnológicas han motivado la aparición de nuevos servicios OTT que revenden servicios audiovisuales responsabilidad de terceros como ya hacían los prestadores de servicios de comunicaciones electrónicas que difunden servicios de terceros.

Además, de acuerdo con la nueva Directiva, **se amplía el ámbito de aplicación de la norma** en un doble sentido:

1. Por una parte, la ampliación afecta a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual con sede en otros Estados miembros de la Unión Europea respecto de las obligaciones de promoción de obra audiovisual europea.
2. Y, por otra parte, a los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de la plataforma siempre que se encuentren establecidos en España. De acuerdo con la normativa vigente, este tipo de prestadores están en el ámbito de aplicación de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. La novedad incorporada por el Anteproyecto se fundamenta en la propia Directiva (UE) 2018/1808, que justifica la inclusión de estos prestadores en su ámbito de aplicación en los siguientes términos:

En su Considerando (3) se determina que “*la Directiva 2010/13/UE debe seguir siendo aplicable únicamente a aquellos servicios cuyo objeto principal es suministrar programas con el fin de informar, entretener o educar. Debería también considerarse que se cumple el requisito del objetivo principal si el servicio tiene una forma y contenido audiovisuales dissociables de la actividad principal del prestador de servicios, como las partes autónomas de los periódicos en línea que ofrecen programas audiovisuales o vídeos generados por usuarios, cuando dichas partes puedan considerarse dissociables de su actividad principal*”, de modo que, siguiendo lo expresado en su considerando (6) “*cuando una parte dissociable de un servicio constituya un servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma a efectos de la Directiva 2010/13/UE, solo a esa parte debe ser aplicable dicha Directiva y únicamente en lo que respecta a los programas y los vídeos generados por usuarios La definición de «servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma» no debe abarcar actividades no económicas, como la prestación de contenido audiovisual en sitios web privados y en comunidades de intereses no comerciales*”. En consecuencia, cuando concurren estos requisitos, en el Anteproyecto se prevé que los prestadores de esos servicios estarán también sometidos a la normativa audiovisual que transpone la Directiva (UE) 2018/1808.

Título I. Principios generales de la comunicación audiovisual.

Se dota de una mayor seguridad jurídica, a través de una sistematización de los **derechos que asisten a los usuarios de servicios de comunicación audiovisual**, comenzando por definir cuáles son los principios elementales que deben primar en la comunicación audiovisual, **de acuerdo con los principios constitucionales** y las previsiones de los artículos 6 y 6 bis de la revisada DSCA.



Se establecen principios aplicables a todo el ámbito audiovisual como son:

- Dignidad humana;
- Pluralismo;
- Igualdad de género e imagen de las mujeres;
- Transmitir imagen respetuosa y apreciativa de las personas con discapacidad;
- Promoción de del pluralismo lingüístico existente en España;
- Veracidad de la información;
- Alfabetización mediática, entendida como las competencias, conocimientos y capacidades de comprensión que permitan a los ciudadanos utilizar con eficacia y seguridad los medios, acceder y analizar críticamente la información y crear contenidos mediáticos de un modo responsable y seguro;
- Conciliación de la vida personal y familiar;
- Promoción de la autorregulación;
- Promoción de la corregulación;
- Códigos de conducta de autorregulación y corregulación: adopción voluntaria y características.

Especial énfasis merece, a su vez, el refuerzo de **los sistemas de autorregulación y la corregulación** como instrumentos eficaces de protección de los usuarios frente a la exposición a contenidos audiovisuales dañinos que han sido especialmente reconocidos en la DSCA.

Título II. La prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo.

En este título se introducen las **siguientes novedades respecto a la anterior Ley**:

- Obligación de comunicación previa de inicio de actividad e inscripción en el Registro para **todos los prestadores presentes en el mercado que no empleen ondas hertzianas terrestres**. Asimismo, con respecto a la comunicación previa, se establecen las causas y el procedimiento para reconocer la invalidez de la comunicación previa.
- Se prevé un **procedimiento de cooperación entre Registros audiovisuales estatal y autonómicos**. Asimismo, el registro estatal se utilizará para dar cumplimiento de la obligación de informar a la Comisión de los prestadores de servicios sometidos a jurisdicción española. Asimismo, dentro del Registro se incluirán los servicios de intercambio de video a través de plataforma.
- **Participaciones significativas**: se modifica el umbral establecido para determinar cuándo una participación en el capital de un prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo se considera significativa. Esta definición es importante, puesto que los titulares de participaciones significativas deben comunicarse y estar inscritos en el Registro de Prestadores del Servicio de Comunicación Audiovisual, hecho que permite a los usuarios conocer los titulares detrás de los servicios de comunicación audiovisual, aportando así transparencia en el mercado audiovisual. El nuevo umbral para definir la participación significativa se establece en el **3%**, criterio que supone introducir coherencia y seguridad jurídica con respecto a la normativa relativa a la transparencia en las inversiones establecida en el *Real Decreto 1362/2007, de 19 de octubre, por el que se desarrolla la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores, en relación con los requisitos de transparencia relativos a la información sobre los emisores cuyos valores estén admitidos a negociación en un mercado secundario*



oficial o en otro mercado regulado de la Unión Europea. En concreto, el mencionado real decreto estableció en su artículo 23 que las operaciones a notificar a la CNMV serán aquellas en las que se superase un umbral mínimo del 3%.

- Obligaciones concretas de **transparencia** de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo. Estas nuevas obligaciones se establecen dada la importancia del sector audiovisual y en línea con la recientemente aprobada Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado mediante el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad. Asimismo, y por lo que se refiere a la particular importancia de la transparencia de los medios de comunicación se ha tenido en cuenta la [Recomendación del Comité de Ministros a los Estados miembros CM/Rec\(2018\)1\[1\] sobre el pluralismo de los medios y la transparencia de la propiedad de los medios](#)⁶.
- **Régimen de licencias.** Se regula lo relativo a las licencias para prestar el servicio de comunicación audiovisual que emplea ondas hertzianas terrestres: requisitos para titularidad, concursos de otorgamiento, duración, extinción, negocios jurídicos y pluralismo.
- **Libertad del licenciatario para negociar la cesión de la señal de los servicios de comunicación lineales a través de ondas hertzianas terrestres** para su difusión por otros soportes tecnológicos. Por otra parte, el prestador público tendrá la obligación de cesión gratuita de su señal de sus servicios lineales mediante ondas hertzianas terrestres a otros prestadores del servicio de comunicación audiovisual debidamente inscritos en el Registro.
- **Prestación transfronteriza del servicio de comunicación audiovisual:** se respeta el principio de país de origen, piedra angular de la DSCA, y en virtud del cual en nuestro país pueden ofrecer sus servicios prestadores establecidos en otros países de la Unión Europea, y viceversa. No obstante, de acuerdo con las modificaciones de la nueva DSCA, se amplía el número de supuestos en los que un Estado miembro está facultado para suspender las emisiones de un prestador establecido en otro Estado, a la par que, teniendo en cuenta las experiencias previas de otros Estados miembros, se ha habilitado un procedimiento urgente para restringir legalmente las emisiones. Por otra parte, se refuerza la cooperación y colaboración entre los reguladores audiovisuales en este tipo de procedimientos.
- **Servicios de comunicación audiovisual sin ánimo de lucro.** En tanto que servicios cuya principal utilidad se limita a los entornos de proximidad al receptor del servicio, su prestación se circunscribe a un ámbito geográfico local siempre que el servicio quiera prestarse a través de ondas hertzianas terrestres y, por ello, será necesario el otorgamiento de una licencia por parte de la autoridad audiovisual autonómica a través del preceptivo concurso. La licencia que se otorgue por la autoridad audiovisual competente llevará aparejada la pertinente concesión demanial de espectro radioeléctrico de conformidad con la planificación estatal. Su regulación y especial circunscripción al ámbito local responde a numerosas recomendaciones en el ámbito internacional y europeo y a la demanda existente en nuestro país al respecto.

⁶ Recommendation CM/Rec(2018)1[1] of the Committee of Ministers to member States on media pluralism and transparency of media ownership.



Título III. La prestación del servicio público de comunicación audiovisual.

En el título III se recogen **las normas básicas sobre** servicios públicos de comunicación audiovisual, destacando las siguientes precisiones respecto a la legislación anterior:

- La definición del objeto del **servicio público de comunicación audiovisual** se adapta al ecosistema digital actual, se ordenan y completan las misiones que debe cumplir dicho servicio, se profundiza en su vinculación con los principios y valores constitucionales, los derechos fundamentales y libertades públicas y a la propia Constitución Española y al ordenamiento jurídico.
- En el ámbito de la **gobernanza de los prestadores** del servicio **público** de comunicación audiovisual se ahonda en la regulación del **mandato-marco** como instrumento legal que recoge la encomienda del servicio público de comunicación audiovisual. También se concretan los elementos que deben contenerse en el **contrato-programa**, definido como plan estratégico de concreción del mandato-marco. Se regula también el papel de los **órganos** de asesoramiento en la dirección editorial y, finalmente, se establece que la encomienda de gestión en el ámbito estatal o el acuerdo de prestación del servicio público a nivel autonómico o local tendrán la consideración de título habilitante equivalente a la licencia para prestación en el caso de prestadores privados, y la obligación de inscripción de los servicios públicos de comunicación audiovisual en el Registro estatal o autonómico correspondiente.
- Con respeto a la distribución competencial establecida en la Constitución, se asigna el control externo a las **asambleas legislativas y autoridades audiovisuales**, reforzando su papel de supervisores del cumplimiento de las misiones de servicio público, especialmente de respeto a los valores y principios constitucionales.
- Se concreta y perfila un procedimiento de evaluación obligatorio, denominado **Análisis de valor público**, para la introducción de nuevos servicios por parte de los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual.
- Se encomienda expresamente la gestión directa del servicio público de comunicación audiovisual estatal a la **Corporación de Radio y Televisión Española**, de acuerdo con lo previsto en la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal; se regula el procedimiento de aprobación del mandato-marco y los contratos-programa de la citada Corporación y se le asigna a la CNMC la supervisión del cumplimiento de la misión del servicio público, la adecuación de los recursos públicos asignados y la emisión del informe sobre el citado procedimiento de evaluación denominado análisis de valor público. Se contempla también la obligación de CRTVE de velar por la conservación de los archivos históricos audiovisuales.

Título IV. La prestación del servicio de comunicación audiovisual radiofónico y sonoro a petición.

En este título se recoge la normativa que deberán respetar los servicios de comunicación audiovisual radiofónicos (lineal) y sonoros a petición (podcasts). La DSCA únicamente regula los servicios de comunicación audiovisual televisivos, si bien el legislador estatal optó por incluir en la misma norma también la regulación de los servicios de comunicación audiovisual radiofónicos. Así, en la vigente LGCA las disposiciones relativas a los servicios radiofónicos se encontraban dispersas por el texto, de forma que resultaba difícil identificar las normas aplicables a estos servicios. Con el fin de hacer más inteligible la normativa y destacar, además, que la normativa aplicable a las radios no viene motivada por la



legislación europea, el APL reúne en este título las normas específicas para estos servicios, pues aunque algunas de ellas son muy similares o incluso las mismas que las previstas para los servicios de comunicación audiovisual televisivo, como su régimen jurídico (comunicación previa o licencia), los negocios jurídicos sobre licencias, el registro de prestadores o la publicidad del régimen de propiedad, se fijan además algunas especificaciones en cuanto al pluralismo en el mercado audiovisual radiofónico o la emisión en cadena.

Especial mención requiere la **limitación horaria de la emisión de determinados programas y contenidos perjudiciales para el desarrollo físico, mental o moral de los menores entre la 1:00 y las 5:00 horas (los relacionados con esoterismo y paraciencias, y los de actividades de juegos de azar)**, en los mismos términos que lo previsto para servicios de comunicación audiovisual televisivos.

Asimismo, el APL recoge **obligaciones de accesibilidad respecto de aquellos servicios de comunicación audiovisual sonoros a petición**. Cuando se almacenan los programas de radio en la web del prestador, se pueden incluir subtítulos para facilitar la accesibilidad, cosa que en la emisión en directo no es posible.

Por otra parte, se impone un **conjunto limitado de normas cualitativas respecto a la difusión de comunicaciones comerciales**. Son unos servicios alternativos a los servicios de comunicación audiovisual televisivos, y que compiten con ellos por captar inversión publicitaria. Es necesario, pues, equilibrar las reglas cualitativas sobre comunicaciones comerciales entre ambos, para poder imponer una competición justa, por lo que se hace una remisión general a la regulación del derecho a realizar comunicaciones comerciales y a los tipos de estas comunicaciones establecida en el Título VI para los servicios televisivos, si bien se prevé alguna adaptación específica (patrocinio y emplazamiento de producto) para adecuar el mismo a las características y peculiaridades propias de los servicios radiofónicos y de su programación. Igualmente, se establece una regla específica sobre las comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas con un nivel inferior a veinte grados, vistos unos elementos de protección de menores y de impacto en la población general del medio radio en comparación con los servicios televisivos. Así, el sustancial menor consumo de radio entre los jóvenes de 14 a 19 años que en el resto de servicios regulados en el anteproyecto, los inferiores niveles de audiencia (56,9% de la población, notoriamente inferior a los de televisión, o uso de internet) y de consumo diario, o las diferentes franjas horarias de mayor consumo (en la radio se produce por la mañana –entre las 08:00 y las 12:00h-, frente al prime time televisivo, que se produce entre las 20:30 y las 00:00h). En este sentido, de acuerdo con datos del “Marco General de los Medios en España 2020”, informe elaborado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación⁷ (AIMC) y referido al año 2019, pueden destacarse los siguientes datos:

- Índice de penetración de los medios en la audiencia española (año 2019)

Según el citado informe de la AIMC, en el año 2019 la audiencia de la radio en España representa el 56,9% de la población, mientras que en televisión e internet ha sido bastante superior: en televisión alcanzó el 85,4%, y el uso de internet llegó a rozar el 80% (79,9%). Dentro de la audiencia de internet, entre los servicios relacionados con el sector audiovisual, pueden destacarse el consumo (durante el último mes) de redes sociales (67,7%), visionado de vídeos (66,5%), el visionado de series tv/películas (37,9%) y la escucha/descarga podcasts (7,2%).

⁷ <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2020/01/marco2020.pdf>



Ello supone que en el año 2019 la audiencia de la radio ha sido $\frac{1}{4}$ inferior aproximadamente a la de televisión e internet.

PENETRACIÓN DE LOS MEDIOS EN ESPAÑA - 2019

% Horizontales

	Población (000)	Diarios	Suplemen- tos	Revistas	Radio	Televisión	Cine	Internet	Exterior
TOTAL	40.288	21,7	7,0	29,4	56,9	85,4	4,6	79,9	81,3

o Audiencia por grupos de edad (año 2019)

Por grupos de edad, el que comprende la franja entre 14 y 19 años tiene los menores consumos en radio en todas las franjas horarias y refleja, en todo caso, una audiencia muy inferior a los que ven la televisión (79,3%) o utilizan internet (95,0%), representando este último el medio más utilizado por los jóvenes. De este modo, el número total de jóvenes que consume radio es notoriamente inferior a los que consumen internet o televisión.

AUDIENCIA POR GRUPOS DE EDAD EN RADIO, TELEVISIÓN E INTERNET (2019)			
% Horizontales			
Franja edad	Medios. Penetración (%) en la audiencia		
	Radio	Televisión	Internet
14 a 19	48,3	79,3	95,0
20 a 24	52,3	78,9	96,5
25 a 34	57,1	79,2	96,0
35 a 44	64,2	81,0	94,8
45 a 54	64,4	86,0	89,1
55 a 64	59,3	90,2	78,5
65 o más	46,9	92,6	43,2

Fuente: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC).
Marco General de los Medios en España 2020.

o Consumo promedio diario de radio y televisión (año 2019)

Los españoles consumen una media de 97,3 minutos al día de radio (1 hora y 37 minutos), mientras que en televisión el consumo llega a los 212,9 minutos diarios (3 horas y 32 minutos).

CONSUMO PROMEDIO DIARIO DE RADIO Y TELEVISIÓN	
<i>Media en minutos sobre el total de la población</i>	
RADIO	97,3 minutos diarios
TELEVISIÓN	212,9 minutos diarios

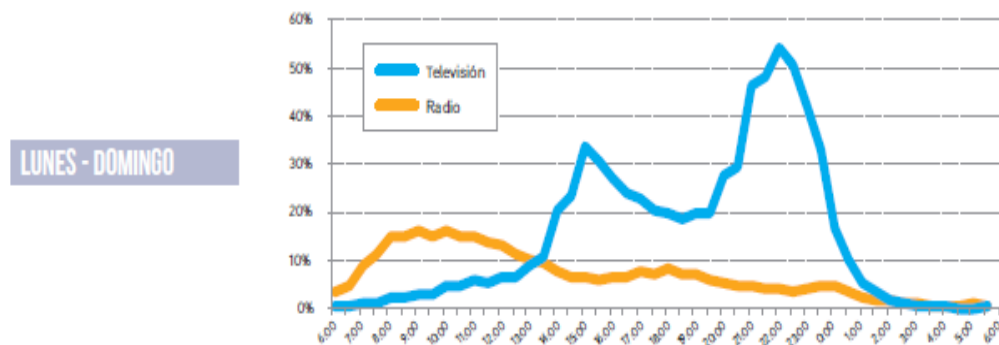
Fuente: AIMC. Marco General de los Medios en España 2020.

o Consumo diario por franjas horarias de radio y televisión (2019)



CONSUMO DIARIO DE RADIO Y TELEVISIÓN - 2019

Audiencia en porcentajes



Fuente: AIMC. Marco General de los Medios en España 2020

Título V. La prestación del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.

Mediante el título V se transpone a nuestro ordenamiento jurídico una de las **principales novedades de la nueva Directiva Audiovisual**: la regulación de obligaciones para los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.

En efecto, tal y como señala el Considerando 4 de la revisada DSCA, los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma compiten por la misma audiencia e ingresos que los servicios de comunicación audiovisual y tienen un impacto considerable ya que ofrecen a los usuarios la posibilidad de conformar las opiniones de otros usuarios e influir en ellas, por lo que **con la modificación de la Directiva se han introducido dos nuevos artículos en la DSCA, el artículo 28 bis y el 28 ter**, que prevén una **regulación mínima de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma**. Asimismo, los **medios sociales y, en particular, las redes sociales cuya funcionalidad esencial sea compartir programas y contenidos audiovisuales entre sus usuarios también estarán sometidos a la regulación de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma**.

El objetivo de esta novedosa regulación es incrementar la protección de los usuarios en general y de los menores en particular. Se intenta evitar que los menores accedan a contenidos perjudiciales para su desarrollo, y que el público en general no se vea expuesto a contenidos que incitan al odio, a la violencia, a cometer actos terroristas, o a la discriminación. Se establecen las siguientes obligaciones para los Estados miembros:

- Establecer y mantener actualizada **la lista** de este tipo de prestadores establecidos en el territorio de cada Estado Miembro.
- Velar porque los prestadores sujetos a su jurisdicción adopten las **medidas adecuadas para proteger a los menores y al público en general**, entre las que se encuentran:
 - Establecer y operar sistemas de verificación de edad para los usuarios con respecto a los contenidos que puedan perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los



- menores, y en todo caso impedir el acceso de este tipo de usuarios a contenidos especialmente nocivos como los pornográficos o aquellos con violencia gratuita.
- Establecer y aplicar sistemas que permitan a los usuarios indicar y calificar en función de la edad los contenidos que puedan ser perjudiciales para los menores o el público en general.
 - Facilitar sistemas de control parental.
 - Facilitar medidas y herramientas eficaces de alfabetización mediática y poner en conocimiento de los usuarios la existencia de esas medidas y herramientas.
 - Incluir una funcionalidad para que los usuarios que suban vídeos declaren si dichos vídeos contienen comunicaciones comerciales audiovisuales.
- Imponer un conjunto mínimo de reglas cualitativas a las comunicaciones comerciales que gestionan directamente los prestadores de servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, reforzadas con algunos elementos adicionales para la protección de menores aplicables a determinadas comunicaciones comerciales que puedan fomentar comportamientos nocivos para la salud (como las relativas a bebidas alcohólicas, juegos de azar y apuestas, esoterismo y paraciencias).
 - Fomentar la **autorregulación** mediante los códigos de conducta.
 - Velar porque existan **mecanismos de resolución extrajudicial** para la solución de litigios entre los usuarios y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.

Así, en el Título V del Anteproyecto se recoge que prestadores deberán estar inscritos en el **Registro**, así como adoptar medidas de **protección de los menores** -tanto frente a los contenidos audiovisuales perjudiciales como al tratamiento con fines comerciales de sus datos personales-, y cumplir las **medidas de protección del público en general** frente a determinados contenidos audiovisuales y en comunicaciones comerciales audiovisuales.

Además, se atribuye la **supervisión y control** de dicho cumplimiento a la **CNMC** y la aplicación del régimen sancionador, en su caso.

Título VI. Obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo.

Este título VI está compuesto por cuatro capítulos, en los que se recogen las obligaciones que se imponen a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual en los siguientes ámbitos: protección de los menores, accesibilidad a los servicios, promoción de obra audiovisual europea, y comunicaciones comerciales.

Capítulo I. Protección de los menores.

Como se ha señalado anteriormente, **la modificación de la DSCA tiene, entre otros objetivos, el de dotar de una mayor protección de los menores ante contenido potencialmente perjudicial y dañino**, y lo ha hecho mediante la introducción del artículo 6 bis y el artículo 28 ter en la DSCA, a través de las siguientes disposiciones:

- Las medidas de protección de los menores se aplicarán tanto a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto y de acceso condicional como a los de servicios “a petición”.
- Los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y las redes sociales deben proteger a los menores del contenido que pueda perjudicar su



desarrollo y al público en general del contenido que incite al odio o a la violencia, a la comisión de un delito de terrorismo, racismo, pornografía o xenofobia.

- Se anima a los Estados miembros a fomentar la autorregulación.
- Las comunicaciones comerciales audiovisuales relativas a bebidas alcohólicas no podrán dirigirse específicamente a menores ni fomentar el consumo inmoderado de esas bebidas, ni podrá producir perjuicio físico, psíquico o moral a estos.

Atendiendo a estas medidas introducidas por la nueva Directiva, **se regula en el APL un capítulo específico** en el que se recogen las obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de refuerzo de la protección de los menores, el cual se concreta en las siguientes medidas:

- Obligación de describir los programas y contenidos audiovisuales mediante **descriptores** acordados mediante acuerdo de corregulación.
- Obligación de que los programas y contenidos audiovisuales dispongan de una **calificación por edades** visible en pantalla mediante indicativo visual que se determinará por acuerdo de corregulación entre los prestadores, la CNMC y el ICAA.
- Programas y contenidos audiovisuales que contengan **escenas de violencia gratuita o pornografía**:
 - Prohibición de emisión en el servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto.
 - Mecanismos de control parental o sistemas de codificación digital por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de acceso condicional.
 - Catálogo separado y mecanismo de control parental o sistema de verificación de edad en el servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición.
- **En cuanto a la emisión del resto de contenidos que puedan ser perjudiciales para menores**, se establece una doble obligación para todo tipo de servicio de comunicación audiovisual televisivo (sea lineal o a petición):
 1. que forme parte de un código de corregulación, y
 2. que proporcione mecanismos de control parental o sistemas de codificación digital.

Con ello se modifica el actual sistema basado en un horario de protección general (de 22:00 a 6:00 horas), pues la realidad social en España en cuanto al horario del consumo y audiencia televisiva, muestra un elevado consumo nocturno de contenidos televisivos también por parte de menores. Así, en un estudio de AUC (<http://www.auc.es/>) del año 2018, denominado "Menores y televisión", que se centra en el análisis del consumo y la audiencia televisivas por parte de los menores (de acuerdo con los datos proporcionados por Kantar Media), se extraen las siguientes conclusiones:

- ✓ El consumo televisivo diario por parte de los menores alcanza sus mayores cotas fuera de la franja legal de protección del menor y, en todo caso, fuera de la franja de protección reforzada. En el primer semestre de 2018, entre las 22:00 y las 24:00 horas (prime time) se registra una audiencia media de más de 1,2 millones de espectadores menores de 18 años (un 19% de ese target). 356.000 de esos menores (un 5,4%) permanece ante el televisor pasadas las 12 de la noche. La segunda franja con mayor audiencia se registra entre las 20:00 y las 22:00 horas.
- ✓ Desagregando en términos de edad, más de 200.000 menores de 7 años y casi 500.000 de entre 7 y 12 años ven de media la televisión pasadas las 10 de la noche. Y 50.000 menores de 7 años y 120.000 de entre 7 y 12 años permanecen ante el televisor más allá de las 12 de la noche.



- Obligación de todos los prestadores de facilitar a los espectadores **información suficiente acerca de la naturaleza potencialmente perjudicial** para menores de edad de los programas y contenidos audiovisuales.
- **Franjas horarias de protección reforzada para los servicios de comunicación audiovisual lineal televisivos en abierto en las que sólo podrán emitirse programas o contenidos cuya calificación por edad sea «No recomendada para menores de siete años» o inferior.** Franjas de protección reforzada los días laborables: entre las 7.30 y las 9.00 horas y entre las 17:00 y las 20:00. Franjas de protección reforzada en sábados, domingos y festivos de ámbito nacional: entre las 7.30 y las 12.00 h.
- **Emisión de programas relacionados con el esoterismo y las paraciencias** limitada entre la 1:00 y las 5:00 horas en el servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal, cuando se basen en la participación activa de los usuarios. Se amplía la restricción horaria para garantizar que esos programas y contenidos no puedan ser vistos por los menores (ex art. 6 bis Directiva audiovisual) y, asimismo, se reduce la potencial audiencia de público en general, y de personas que, al acceder a ellos, puedan ser vulnerables a ese tipo de contenidos por sus circunstancias personales, económicas, sociales o psicológicas. Se considera que se trata de contenidos que pueden ser nocivos o perjudiciales para el desarrollo de los menores, por su falta de fundamento empírico o científico oficialmente reconocido, y que en muchas ocasiones están relacionados con predicciones de futuro –empleando medios o técnicas con distintas denominaciones, tales como videncia, tarot, cartomancia-, y que requieren una participación activa de los usuarios. Así, en el caso de programas relacionados con el esoterismo, es frecuente que vayan acompañados de mensajes comerciales basados en el uso de números de tarificación adicional (806), que conllevan una retribución añadida al precio del servicio telefónico sobre el que se soporta, en concepto de remuneración por la prestación de un servicio.
- **Emisión de programas dedicados a juegos de azar o apuestas**, que queda limitada al horario entre la 1:00 y las 5:00 horas, con la salvedad de los sorteos de modalidades o productos de lotería cuya comercialización está reservada en exclusiva a los operadores designados al efecto por la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego, o por la correspondiente normativa reguladora autonómica, y de determinados concursos. Esta restricción horaria es aplicable al servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto y de acceso condicional.
- Previsión de promoción de programas y contenidos audiovisuales **especialmente recomendados para menores** por parte de las autoridades audiovisuales competentes.

Capítulo II. Accesibilidad.

Al igual que ocurre con la regulación de protección de los menores en el audiovisual, se sustituye el artículo 8 de la anterior LGCA, que regulaba los derechos de las personas con discapacidad por un **capítulo completo** mediante el que se da cumplimiento a la obligación prevista en el artículo 7 de la modificación de la DSCA que impone a los Estados miembros garantizar, sin dilaciones indebidas, que los servicios ofrecidos por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo sujetos a su jurisdicción mejoren de forma continua y progresiva la accesibilidad de su servicio para las personas con discapacidad.



Así, como novedades frente a la anterior normativa en materia de accesibilidad se pueden enumerar las siguientes:

- a) Creación de un punto único para reclamaciones relativas a la accesibilidad por parte de los usuarios, que será la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). Actualmente, dicho organismo es el encargado de supervisar el cumplimiento de la obligación relativa a accesibilidad.
- b) La información relativa a situaciones de emergencia, catástrofes y anuncios públicos deberá realizarse de forma accesible.
- c) Designación del Centro Español del Subtitulado y la Audiodescripción (CESyA) y del Centro de Normalización Lingüística de la lengua de signos española (CNSLE) como centros estatales técnicos de referencia en materia de accesibilidad en el ámbito estatal.
- d) Integridad de las medidas de accesibilidad a contenidos y servicios:
 - Los prestadores difundirán en su servicio de forma accesible los contenidos audiovisuales que se les proporcionen de dicha forma.
 - Los prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual de terceros deberán distribuir los servicios de terceros respetando las medidas de accesibilidad que contengan.
- e) Mención expresa a la calidad de los servicios de subtitulado, audiodescripción y lengua de signos que facilitan la accesibilidad de los servicios de comunicación audiovisual.
- f) Ampliación de los sujetos con obligaciones en materia de accesibilidad: prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal de acceso condicional, prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición, prestadores del servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición.
- g) Previsión de un sistema de autorregulación para poder seguir fomentando la mejora de la accesibilidad de la comunicación audiovisual.

La Disposición transitoria quinta de la vigente Ley 7/2010, de 31 de marzo, estableció los porcentajes y valores que tanto el servicio de comunicación audiovisual televisivo en abierto de titularidad privada como el servicio público de comunicación audiovisual debían cumplir el 31 de diciembre de cada año. La modificación, teniendo en cuenta que ahora todos los servicios de comunicación audiovisual tienen obligaciones en materia de accesibilidad, fija un cuadro de **obligaciones de accesibilidad para todos los prestadores de manera proporcional a su participación en el mercado:**

- a. Prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto:
 - i. Titularidad privada: 80% de programas o contenidos audiovisuales subtitulados, 5 horas semanales interpretación en lengua de signos y 5 horas semanales audiodescripción
 - ii. Titularidad pública: 90% contenido subtitulado, 15 horas semanales lengua de signos y 15 horas semanales audiodescripción.
- b. Prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal de acceso condicional: 30% de contenidos subtitulados, 5 horas semanales audiodescripción e incorporación gradual de la lengua de signos.
- c. Prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición: 30% de contenidos subtitulados, incorporación gradual de contenidos con audiodescripción y lengua de signos.



En todos los casos anteriores se fomenta que la accesibilidad se implemente en ciertos tipos de contenidos audiovisuales como pueden ser los noticiarios o de entretenimiento más demandados por la audiencia, y en los periodos con mayor audiencia.

Por último, se encomienda a la autoridad audiovisual competente la **publicación anual de un informe de cumplimiento** de las obligaciones de accesibilidad por parte de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y la responsabilidad a que pueda dar lugar el incumplimiento de las obligaciones previstas en el Capítulo II del Título VI.

Capítulo III. Promoción de obra audiovisual europea.

La Ley 7/2010, de 31 de marzo, estableció las siguientes obligaciones para promover la obra audiovisual europea:

De un lado, una **obligación de cuota** para los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo, que se fijaba de la siguiente manera:

a) **Lineales**: Un 51% del tiempo de emisión para obras europeas. De dicho porcentaje al menos el 50% debía cumplirse con obras en cualquiera de las lenguas cooficiales en España. Por otra parte, al menos el 10% del porcentaje de obra audiovisual europea debía ser producción independiente, de los que la mitad debía haber sido producida en los últimos cinco años.

b) **A petición**: Un 30% del catálogo debía reservarse a obras europeas. La mitad del porcentaje debía ser para obras en lenguas cooficiales en España.

Adicionalmente se establecía la **obligación de contribución financiera a la producción** tanto a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal en abierto que difunden películas cinematográficas con una antigüedad inferior a 7 años, como a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición, y a los prestadores de servicios de comunicaciones electrónicas que difundieran canales de televisión. Dicha obligación de financiación quedaba fijada conforme al siguiente esquema:

Prestadores privados (5% ingresos)	60% películas cinematográficas	60% lenguas cooficiales	50% productores independientes
		40% resto lenguas	
	40% resto formatos	50% películas o miniseries televisión	
Prestadores públicos (6% ingresos)	75% películas cinematográficas	60% lenguas cooficiales	50% productores independientes
		40% resto lenguas	
	25% resto	50% películas o miniseries televisión	
Prestadores temáticos de películas cinematográficas, series de televisión, producciones de animación o documentales: podrán dedicar el 100 % de la obligación a producir aquellos contenidos que emiten.			

La nueva Directiva ha venido a modificar el régimen de promoción de obra audiovisual europea de la siguiente forma:



- **Obligación de cuota:** los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición deben contar con un mínimo de un 30% de obra audiovisual europea en sus catálogos, así como asegurar que se otorga la debida prominencia a dichas obras (muy similar a lo que ya preveía la Ley 7/2010, de 31 de marzo).
- **Obligación de financiación anticipada de obra audiovisual europea:** en el caso de que en un Estado miembro exista la obligación de financiación anticipada de obra audiovisual europea, se permite extender dicha obligación a los prestadores que ofrecen un servicio de comunicación audiovisual televisivo en dicho país con independencia del Estado miembro en el que esté establecido (única excepción al principio de país de origen que guía la Directiva de servicios de comunicación audiovisual que consagra la libertad de emisiones transfronterizas).
- **Exenciones:** se permite a los Estados miembros eximir del cumplimiento de ambas obligaciones a prestadores con bajos ingresos o baja audiencia y se recoge la posibilidad de exonerar a aquellos cuya temática o naturaleza suponga que dicha obligación sea impracticable. A este respecto, se especifica que la Comisión elaborará unas directrices, en cooperación con el Comité de Contacto.

El APL, respecto de la obligación de cuota o presencia de obra europea en el servicio de comunicación audiovisual, pretende reforzar a nuestro país como HUB audiovisual a nivel europeo exceptuando del cumplimiento de la obligación de una cuota mínima de obra audiovisual en lenguas cooficiales a aquellos servicios de comunicación audiovisual siempre que el ámbito geográfico de dicho servicio sean otros países de la Unión Europea. Con esta modificación se incrementa la seguridad jurídica a los prestadores que escojan nuestro país como HUB desde el que ofrecer servicios al resto de países de la Unión Europea.

Sobre la base de las modificaciones introducidas por la nueva Directiva, el APL redefine el actual sistema de promoción de obra audiovisual europea en lo que se refiere a la **obligación de financiación anticipada de obra audiovisual europea con el fin de modular dicha obligación en función del tamaño de los prestadores e impedir así que se convierta en una barrera de entrada para nuevos entrantes. Los principales cambios introducidos en el nuevo modelo de obligación de financiación son los siguientes:**

- i. Cualquier prestador del servicio de comunicación audiovisual televisivo que ofrezca su servicio en España deberá contribuir a la financiación anticipada de obra audiovisual europea, independientemente de la antigüedad de los programas y contenidos que emita u ofrezca en su catálogo y del Estado miembro en el que esté establecido.
- ii. La cuantía de la obligación de financiación anticipada de obra audiovisual europea se calculará en función de los ingresos anuales obtenidos por el prestador, que determinarán asimismo la forma en la que el prestador deberá cumplir con la obligación o si dicho prestador queda eximido del cumplimiento de la obligación.

En cuanto, a la forma de dar cumplimiento a la obligación por parte del prestador, y siempre teniendo en cuenta sus ingresos, dicho prestador podrá optar entre algunas de las siguientes opciones para ejecutar su inversión:

1. Contribución directa a la financiación anticipada de obra audiovisual.
2. Adquisición de derechos de explotación de obra audiovisual terminada.
3. Contribución al Fondo para la Protección de la Cinematografía que gestiona el ICAA conforme al 19.3 de la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine. En todo caso, la contribución a dicho Fondo computará para el prestador como producción de obra audiovisual de productores independientes.



Así pues, los prestadores sujetos al cumplimiento de la obligación de financiación anticipada de obra audiovisual europea son:

- a. Prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal y a petición sometido a jurisdicción española.
- b. Prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo y a petición que presten servicio en España, pero estén establecidos en otro Estado miembro de la UE.

Como se indicaba, la cuantía de la obligación de financiación anticipada variará en función de los ingresos directos del prestador por las actividades relacionadas con el propio servicio de comunicación audiovisual en el mercado español, proponiendo adoptar una fórmula escalonada de acuerdo con la Recomendación 2003/361/CE, que armoniza a nivel europeo los conceptos de mediana empresa, pequeña empresa y microempresa, conforme al siguiente cuadro:

Categoría de empresa	Efectivos: Unidades de trabajo anual (UTA)	Volumen en negocios anual	Balance General anual
Medianas	≤ 250	≤ 50 MM/€	≤ 43 MM/€
Pequeñas	≤ 50	≤ 10 MM/€	≤ 10 MM/€
Microempresas	≤ 10	≤ 2 MM/€	≤ 2 MM/€

Los prestadores cuyos ingresos estén por debajo de los 10 millones de euros, de conformidad con las directrices de la Comisión Europea, estarán exentos de cumplir con la obligación de financiación anticipada de obra audiovisual europea.

Por otra parte, el resto de prestadores deberá cumplir la obligación conforme al siguiente cuadro:



Tipo Prestador		Obligación	
Públicos		6%	70% obras audiovisuales de productores independientes en lengua oficial del Estado o lenguas oficiales de España. 40% películas cinematográficas de productores independientes en lengua oficial del Estado o lenguas oficiales de España. 12% a animación y documentales
Privados	Grandes	5%	Financiación de obra audiovisual, adquisición de derechos de obra terminada o contribución al Fondo. 70% obras audiovisuales de productores independientes en lengua oficial del Estado o lenguas oficiales de España. 40% películas cinematográficas de productores independientes en lengua oficial del Estado o lenguas oficiales de España.
	Medianas	5%	Cualquier tipo de contenido audiovisual, adquisición derechos obra terminada o contribución al Fondo con el único requisito de que un 70% se destine a obras audiovisuales de productores independientes en lengua oficial del Estado o lenguas oficiales de España.
	Pequeñas y Micro	Exentas	

Por último, en el APL además de las exenciones por bajos ingresos, se han incorporado las previsiones de la DSCA respecto de las exenciones a la obligación de promoción de obra europea para aquellos servicios de comunicación audiovisual con baja audiencia, o para aquellos otros servicios audiovisuales en los que a causa de su temática o naturaleza sea impracticable. Como ejemplo de servicios de comunicación audiovisual que estarían excluidos del cumplimiento de la obligación de promoción de obra audiovisual europea se pueden citar aquellos servicios audiovisuales dedicados exclusivamente a las retransmisiones de acontecimientos deportivos, de servicios exclusivos de noticias o actualidad o de servicios dedicados a la televenta.

Capítulo IV. Las comunicaciones comerciales audiovisuales.

En la vigente Ley 7/2010, de 31 de marzo, conforme a la Directiva 2010/13/UE, se establecían dos tipos de obligaciones relativas a comunicaciones comerciales audiovisuales:

- Normas cualitativas de las comunicaciones comerciales audiovisuales, tales como prohibición de emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales de productos relacionados con el tabaco o medicamentos que necesitan prescripción facultativa, comunicaciones comerciales audiovisuales encubiertas o ilícitas y restricción de emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales de otro tipo de productos como las bebidas alcohólicas dependiendo de la gradación.
- Normas cuantitativas: límite de emisión de un máximo de un 20% de anuncios y televenta por hora (12 minutos por hora).

Si bien las normas cualitativas aplicaban a todos los servicios de comunicación audiovisual, las normas cuantitativas sólo aplicaban a los prestadores del servicio de comunicación



audiovisual televisivo televisivos lineales en abierto (TDT) y de acceso condicional (satélite, cable, IPTV).

La modificación de la DSCA introduce los siguientes aspectos:

- Flexibilización de las normas que regulan el emplazamiento de producto.
- Flexibilización del límite cuantitativo para emitir comunicaciones comerciales audiovisuales, fijando un límite específico del 20% sobre el tiempo de emisión del periodo comprendido en las franjas de 06:00 a 18:00 y de 18:00 a 24:00.
- Ampliación del alcance de las reglas cualitativas aplicables a comunicaciones comerciales audiovisuales a todos los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo (solución compatible con lo dispuesto al respecto en la Directiva Audiovisual en su art. 6 bis⁸, y en su Considerando 20⁹), así como a los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma (al amparo de lo previsto en el art. 28 ter de la citada Directiva).
- El servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma deberá poner a disposición de los usuarios herramientas para que sean los propios usuarios los que indiquen si el contenido generado por ellos puede ser considerado una comunicación comercial audiovisual.

Así, el Anteproyecto regula en el capítulo IV del título VI **de manera específica** las comunicaciones comerciales audiovisuales, de cuyo contenido se destaca lo siguiente:

- Prohibiciones absolutas de determinadas comunicaciones comerciales audiovisuales: que vulneren la dignidad humana; que utilicen la imagen de las mujeres con carácter vejatorio o discriminatorio; que sean encubiertas o subliminales.
- Restricciones en las comunicaciones comerciales audiovisuales que fomenten comportamientos nocivos para la salud: tabaco, alcohol, medicamentos, esoterismo o paraciencias, y juegos de azar y apuestas. Resulta oportuno resaltar las principales novedades respecto de la normativa actual.

En primer lugar, se modifica parcialmente el régimen jurídico de las comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas, cuyo esquema general es el siguiente:

1. Se establecen una serie de reglas y limitaciones cualitativas aplicables a toda comunicación comercial de bebidas alcohólicas, con independencia de su graduación, y se suprime la prohibición absoluta existente para la emisión televisiva de comunicaciones comerciales de bebidas con una graduación alcohólica superior a 20 grados. De este modo, se refleja una ajustada trasposición de la Directiva (arts. 9 y 22 DSCA), en la que, por otra parte, no se fijan restricciones o prohibiciones absolutas en función del tipo o graduación de la bebida.

Además, desde la perspectiva de la salud pública, que es el principal bien jurídico perseguido, se trata de proteger de forma proporcionada y justificada a toda la población –y no sólo a menores y jóvenes-, y en este punto no se dispone de una evidencia científica generalizada que justifique la prohibición de sólo un tipo de

⁸ “Los Estados miembros adoptarán las medidas adecuadas para velar por que los servicios de comunicación audiovisual ofrecidos por prestadores de servicios de comunicación sujetos a su jurisdicción que puedan perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores solo sean accesibles de un modo que garantice que, normalmente, dichos menores no los verán ni oirán. Dichas medidas podrán incluir la elección de la hora de emisión, instrumentos de verificación de la edad u otras medidas técnicas. Deberán ser proporcionadas al perjuicio potencial del programa.)

⁹ Las medidas adecuadas para la protección de los menores aplicables a los servicios de radiodifusión televisiva deben aplicarse también a los servicios de comunicación audiovisual a petición



bebidas en función de su graduación. Al respecto, cabe destacar distintos estudios elaborados por el Ministerio de Sanidad, en los que se incide en la necesidad de revisar, reforzar y mejorar los mecanismos de protección, pero sin diferenciar entre los tipos de bebidas alcohólicas: según datos del Estudio EDADES (2015-2016)¹⁰, las drogas con mayor prevalencia de consumo entre la población de 15 a 64 años son las legales y, dentro de ellas, el alcohol (77,6%) y, a su vez, la Estrategia Nacional sobre Adicciones (2017-2024)¹¹ recoge como uno de los objetivos estratégicos de la Meta 2 (Hacia una sociedad más segura) la “revisión de la normativa existente en relación con la venta, promoción, dispensación y consumo de drogas legales (especialmente, la normativa dirigida a proteger a menores)”.

En cuanto al tratamiento legislativo en esta materia en países de nuestro entorno, a nivel UE (y Reino Unido), la mayor parte de ellos establecen criterios y principios cualitativos aplicables a todo tipo de bebida, sin basarse en la graduación alcohólica. Como excepciones, sólo tres países lo hacen: Finlandia tiene obligaciones en función de la graduación alcohólica, y Polonia y Letonia tienen prohibición general de la publicidad de alcohol para televisión y radio excepto para cerveza y vino. Y, por último, únicamente Suecia y Lituania tienen regulada una prohibición general de la publicidad de alcohol en los servicios audiovisuales.

2. Además, se fijan restricciones horarias para la emisión de esas comunicaciones comerciales, siendo más restrictiva la aplicable a las bebidas alcohólicas de graduación superior a 20 grados (1:00h a 5:00h) que la que corresponde a las de graduación igual o inferior (20:30-5:00 h), si bien en este último caso, se prevé un tratamiento específico para los servicios de radio y los de intercambio de vídeos a través de plataforma, de forma que se sea adecuado a la naturaleza y características propias de estos servicios, por las razones ya expuestas con anterioridad.

Destaca la mayor restricción horaria para la emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales relacionadas con esoterismo y paraciencias que pasará a estar permitida únicamente entre las 1:00h y las 5:00h, ampliándose la restricción horaria actual, por las razones ya expuestas al abordar la restricción horaria respecto de la emisión de los programas y contenidos relacionados con el esoterismo y las paraciencias.

También es novedoso *el establecimiento de un régimen específico de las comunicaciones comerciales audiovisuales de juegos de azar y apuestas* por varias razones:

1. En la vigente LGCA no se establecía un régimen específico, por lo que su regulación se sometía a los principios generales sobre comunicaciones comerciales, a la legislación general de publicidad y a lo dispuesto en su normativa específica.
2. Ese nuevo régimen específico se encuadra dentro del ámbito de protección de la salud¹² (lucha contra las adicciones –ludopatía¹³- y otros trastornos del juego), sin olvidar que existe un segundo objetivo, la protección de los menores de edad (la

¹⁰https://pnsd.sanidad.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/sistemaInformacion/pdf/2015_EDADES_Informe.pdf

¹¹http://www.pnsd.mscbs.gob.es/pnsd/estrategiaNacional/docs/180209_ESTRATEGIA_N.ADICCIONES_2017-2024_aprobada_CM.pdf

¹² *Comunicaciones comerciales audiovisuales que fomenten comportamientos nocivos para la salud*

¹³ Esta patología ha sido reconocida mediante la **inclusión de la ludopatía en el catálogo de patologías adictivas DSM-V** de la Sociedad Americana de Psiquiatría, siendo hasta el momento, de hecho, la única “adicción sin sustancia” que merece tal consideración.



normativa de juego establece la prohibición de acceso al juego de los menores). De este modo, los principales colectivos a proteger son tres: los menores, los jóvenes mayores de edad y consumidores que experimentan patrones de juego problemático o con un trastorno de juego.

3. Por lo que se refiere al contenido de la regulación, se establece una restricción general en cuanto al horario de emisión de la publicidad de actividades de juego y apuestas (de 1:00 a 5:00 horas), con el fin de limitar la exposición de los ciudadanos y, en particular, de los colectivos antes mencionados, a la publicidad de juegos de azar y apuestas. No obstante, se establecen algunas excepciones a esa limitación horaria, como los juegos de lotería, así como la posibilidad de prever otras, de acuerdo a lo que disponga la normativa de juego, para determinados juegos que tengan un menor nivel de afectación a colectivos vulnerables en función de sus características estructurales (menor inmediatez entre jugar y su resultado, y el menor carácter repetitivo, sucesivo o iterativo del patrón de juego).

En este caso, se ha considerado que la existencia de riesgos directamente relacionados con las actividades de juego (ludopatías y otros trastornos del juego), el notable incremento que han experimentado las comunicaciones comerciales de juego a través de servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales en abierto y radiofónicos en los últimos años, en ocasiones en horario protegido, con aparición de personas famosas o con notoriedad pública y en relación con la retransmisión en directo de eventos deportivos de elevada audiencia –también entre jóvenes y adolescentes-, y a la necesidad de velar por bienes jurídicos como la protección de la salud pública, los menores de edad y la prevención de conductas adictivas u otros trastornos relacionados con el juego justifican esta regulación de las comunicaciones comerciales de juego.

Para ofrecer algunos datos sobre los usuarios de actividades de juego, resulta oportuno destacar que en 2016 se publicó el **Estudio sobre prevalencia, comportamiento y características de los usuarios de juegos de azar en España, coordinado por la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ)**¹⁴, realizado mediante cuestionario en base a la población residente en España mayor de 18 años con cuestionarios presenciales adicionales a población residente entre 15 y 17 años de edad. Los resultados mostraron un índice de prevalencia del 0,9% para personas catalogadas como jugadores patológicos, del 1% en personas catalogadas como jugadores con problemas, y del 4,4% para jugadores con algún tipo de riesgo; valores que se reducen a 0,3 %, 0,6 %, y 2,6%, respectivamente, si se trabaja con los resultados vinculados al juego en el último año. Asimismo, un 76% de personas afirmaron haber participado en juegos de azar en el último año.

Por otra parte, el Gobierno ha incluido la adicción a los juegos de azar, dentro de las adicciones sin sustancia, en su renovada **Estrategia Nacional sobre Adicciones 2017-2024**¹⁵ (ENA 2017-2024), aprobada por el Consejo de Ministros el 9 de febrero de 2018, en la que se incluye, como adicción sin sustancia o comportamental el juego patológico, pudiendo abarcarse actuaciones relativas a la manera en que los juegos se presentan e inciden en nuestra sociedad. Esta Estrategia, además, hace referencia, en varias ocasiones, a la publicidad de juego regulado, e incluye entre sus objetivos estratégicos, la revisión de la normativa de juego y apuestas en relación a su accesibilidad y promoción. En este sentido, entre los objetivos de la

¹⁴ <https://www.ordenacionjuego.es/es/estudio-prevalencia>

¹⁵ http://www.pnsd.mscbs.gob.es/pnsd/estrategiaNacional/docs/180209_ESTRATEGIA_N.ADICCIÓN_NES_2017-2024_aprobada_CM.pdf



ENA 2017-2024 figuran la disminución de las adicciones comportamentales y de los daños ocasionados por esas adicciones, así como retrasar la edad de inicio a las adicciones (pág. 24)

Finalmente, **el Defensor del Pueblo, haciéndose eco de quejas recibidas en esa Institución, ha incluido en su Informe Anual 2018**, presentado al Congreso de los Diputados y al Senado el 11 de junio de 2019, determinadas consideraciones sobre la ludopatía y la proliferación del juego, especialmente si los jugadores son jóvenes o menores de edad, e incide que en esos casos ese fenómeno tiene unas características no lejanas a las del consumo del tabaco o de drogas; por otra parte, entiende que es patente el problema de la adicción al juego y el riesgo de adicción, y, por tanto, debe ser tratado por las administraciones. Por todo ello, el Defensor del Pueblo ha considerado necesario abrir una investigación de oficio ante los ministerios de Hacienda y de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, con los fines de conocer mejor el fenómeno y las posibilidades de una intervención más decidida por los poderes públicos, en particular respecto de los derechos del menor y de las limitaciones publicitarias.

- Establecimiento de dos límites cuantitativos de emisión: 144 minutos entre las 6:00 y las 18:00 y 72 minutos entre las 18:00 y las 24:00; se excluyen de este límite los marcos neutrales, la autopromoción, el patrocinio, el emplazamiento de producto, los espacios de promoción de apoyo a la cultura europea y los anuncios de servicio público o de carácter benéfico.
- Liberalización del uso de las autopromociones, que no computarán en el límite cuantitativo (en línea con lo dispuesto en la DSCA).
- Inclusión de la telepromoción en el límite cuantitativo computable sin establecer excepciones en función de su duración, como ocurre en la normativa actual.

Ello viene motivado por varias razones: la flexibilización de las reglas de cómputo cuantitativo aplicables a las comunicaciones comerciales; además, la Directiva no incluye expresamente entre las excepciones de cómputo a las telepromociones; finalmente debe tenerse en cuenta que se sigue apoyando en este ámbito en la necesidad de proteger a los usuarios frente a la difusión excesiva de la publicidad, bien jurídico que la Directiva (UE) 2018/1808 acoge en su Considerando 41, al indicar que es necesario mantener un nivel suficiente de protección de los espectadores a este respecto, dado que “un grado mayor de flexibilidad podría exponer a los telespectadores a una publicidad excesiva en las horas de mayor audiencia”. Igualmente, la Directiva declara que, a efectos de cómputo de los límites de tiempo de publicidad, “*el concepto de anuncio de publicidad televisiva debe entenderse como publicidad televisiva en el sentido del artículo 1, apartado 1, letra i) (...)*”.¹⁶

Por otra parte, aunque la Directiva audiovisual -ni en su redacción actual ni en versiones anteriores-, ha definido la figura de la telepromoción ni ha incluido una alusión expresa a ella en la determinación de esas restricciones cuantitativas, lo cierto es que su uso ha venido dando lugar a importantes discrepancias en cuanto a su interpretación jurídica a efectos de cómputo. En lo que afecta directamente a nuestro país, el propio TJUE, en su Sentencia de 24/11/2011 (asunto C-281/09), condenó al Reino de España en 2011 por incumplir ciertas obligaciones de la Directiva al permitir que ciertos tipos de publicidad, como los anuncios de telepromoción entre otros, excedieran del límite

¹⁶ Considerando (87) de la Directiva 2010/13/UE, de 10/03/2010.



máximo de emisión por hora de reloj, sentencia que motivó la modificación del desarrollo reglamentario de la Ley 7/2010 sobre las comunicaciones comerciales, a través del Real Decreto 21/2014, de 17 de enero, en lo que se refiere al cómputo de las telepromociones a efectos de los límites cuantitativos, cuya conformidad con la Ley 7/2010 fue confirmada posteriormente por el Tribunal Supremo, en su Sentencia 114/2016, de 26/01/2016.

- Inclusión explícita de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición en el ámbito de cumplimiento de las normas cualitativas respecto de las comunicaciones comerciales audiovisuales que ofrezcan o difundan.
- Reconocimiento expreso de que las comunicaciones de comerciales audiovisuales de determinados sectores económicos poseen una normativa específica (publicidad institucional; la de protección del medio ambiente; la de seguridad de las personas; la participación política; la de servicios bancarios y financieros; la de productos alimenticios, publicidad electoral conforme a la LOREG).
- Reconocimiento expreso de dos tipos de comunicaciones comerciales que no computan en el límite cuantitativo: i) “obra europea” para promocionar la participación en la creación de obras, y (ii) “anuncios de servicio público o de carácter benéfico”.
- Prohibición de insertar sobreimpresiones, publicidad virtual o superposiciones con fines comerciales o realizar otras modificaciones en el servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal por parte de terceros sin el consentimiento expreso del prestador del servicio de comunicación audiovisual responsable de dicho servicio, con la única excepción de aquellas superposiciones que sean iniciadas por los usuarios en el ejercicio de sus derechos legítimos. Por otra parte, cuando se empleen técnicas de publicidad híbrida o interactiva, el prestador estará sometido a las disposiciones de la LOPD sobre consentimiento.
- Se permite a los prestadores utilizar técnicas de pantalla dividida, sobreimpresiones u otras para difundir comunicaciones comerciales de forma simultánea o paralela a los contenidos audiovisuales, excepto en noticiarios y servicios religiosos.
- Liberalización del régimen de emisión de los anuncios de servicio público o benéficos, en los que hasta ahora se necesitaba resolución previa a la difusión por parte de la autoridad audiovisual competente.

Título VII. La contratación en exclusiva de la emisión de contenidos audiovisuales.

La Directiva Audiovisual establecía la obligación de los Estados miembros de aprobar un catálogo de acontecimientos de interés general, obligación recogida en el artículo 20 de la vigente Ley 7/2010, de 31 de marzo.

La Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC, atribuyó la competencia de aprobar un catálogo de acontecimientos de interés general al Ministerio de Presidencia, sin que hasta la fecha se haya ejercido dicha competencia. En consecuencia, en la actualidad está vigente un sistema transitorio (disposición transitoria sexta de la Ley 7/2010, de 31 de marzo) consistente en que únicamente existe una obligación de emitir en abierto y en directo un encuentro de fútbol por jornada de Liga y de las semifinales y la final de la Copa del Rey de fútbol.



Con el fin de desbloquear la aprobación de este catálogo, el Anteproyecto prevé que sea el Consejo de Ministros quien, a propuesta de la autoridad audiovisual competente y previo informe de la CNMC y la CDGAE, apruebe un catálogo de acontecimientos de interés general para la audiencia española con vigencia bienal. Como novedad, en la lista de acontecimientos que podrían ser de interés para la audiencia se han incluido eventos culturales (Premios Goya y MAX), así como una mención expresa al deporte femenino.

Por otra parte, se pretende equilibrar el derecho a la contratación en exclusiva de eventos, fundamento de los servicios de comunicación audiovisual televisivos de acceso condicional, con el derecho a la información. Por ello, el Anteproyecto reconoce expresamente el derecho de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo a emitir un resumen informativo de 90 segundos, protegiendo así el derecho a la información, pero, a su vez, precisa que dicho resumen sólo podrá difundirse en los noticiarios o programas de contenido informativo de actualidad, dado su carácter informativo.

También, la normativa de contratación exclusiva de acontecimientos de interés general incluye previsiones diferenciadas en el caso de que los titulares de los derechos de emisión en exclusiva sean los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo de acceso condicional, sean prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma (introducción novedosa a la realidad del mercado de contenidos audiovisuales), o sean prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo en abierto.

Título VIII. Política audiovisual.

Mediante este nuevo título, novedoso respecto a la legislación anterior, se introduce la adopción de un **Plan Estratégico Audiovisual** con vigencia de 6 años que incluya un diagnóstico del sector y posibles líneas estratégicas de acción. Por otra parte, se prevé la elaboración de planes trienales de ordenación e impulso del sector audiovisual que contendrán medidas destinadas al fomento y difusión de las obras audiovisuales grabadas, rodadas o producidas en España, a la internacionalización del sector audiovisual español, y al fomento de la competitividad de profesionales y empresas del sector entre otras.

Por último, se incluye un artículo para la protección del patrimonio audiovisual y, en particular, del archivo histórico de la Corporación RTVE.

Título IX. Autoridades audiovisuales competentes estatales.

En primer lugar, al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, con competencias en política audiovisual, se le atribuyen las competencias relativas a propuesta y elaboración de normas, la gestión de títulos habilitantes, la recepción de la comunicación previa, la llevanza del Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual y prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, el diseño de una estrategia audiovisual, la promoción de la auto y corregulación a nivel nacional e internacional, la promoción de contenidos audiovisuales especialmente recomendados para menores y la elaboración de un informe anual sobre el sector audiovisual.

Por otra parte, a la **CNMC el ejercicio como autoridad competente** se le atribuyen las competencias para la supervisión y control de las obligaciones previstas en la presente Ley, de conformidad con lo establecido en la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC.



Título X. Régimen sancionador.

El título X establece el régimen sancionador aplicable tanto a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual como a los prestadores del servicio de intercambio de videos a través de plataforma. Respecto del régimen sancionador presente en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, se establecen las siguientes modificaciones:

- a) El **procedimiento sancionador se ajustará de forma general a lo dispuesto en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones** Públicas y su desarrollo reglamentario, si bien se prevén algunas especificidades como la duración para resolver un procedimiento sancionador que pasa a ser 1 año.
- b) Se realiza un **reparto de competencias sancionadoras** entre la autoridad audiovisual estatal, la titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, con competencias en materia audiovisual-, la CNMC, las autoridades autonómicas -de conformidad con su normativa reguladora-, y la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD).

El reparto tiene en cuenta, en primer lugar, la jurisprudencia constitucional sobre el título competencial recogido en el artículo 149.1. 27ª de la Constitución, correspondiéndole a las CCAA la competencia supervisora y en su caso sancionadora respecto de los servicios que están operativos en el ámbito autonómico.

Igualmente, el reparto tiene en cuenta lo previsto en la nueva DSCA que refuerza la posición de los reguladores audiovisuales a nivel nacional, de forma que la mayor parte de competencias de supervisión recaen sobre la CNMC, que será competente para la **supervisión y control del cumplimiento de lo previsto en el Anteproyecto** y ejercerá la potestad sancionadora, en su caso, respecto a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito estatal, aquellos cuya emisión sobrepase los límites territoriales autonómicos y los prestadores del servicio de intercambio de videos a través de plataforma. Por otra parte, en ámbitos como el control de las comunicaciones comerciales sobre medicamentos, productos sanitarios y actividades de juego, por su grado de complejidad y especialidad, se ha previsto la posibilidad de establecer mecanismos de coordinación para que la CNMC, en la aplicación del régimen sancionador frente a los anunciantes, pueda recabar apoyo y colaboración de los órganos competentes del Estado que tengan atribuidas competencias en materia de medicamentos, productos con pretendida finalidad sanitaria, o actividades de juego.

- c) Revisión de los **tipos infractores y las correspondientes sanciones**. De acuerdo con las modificaciones de la DSCA introducidas, **umentan** los supuestos constitutivos de **infracciones graves y muy graves**, así como las **sanciones** que llevan aparejadas y el establecimiento de un **sistema de graduación** de dichas sanciones en función tanto del servicio que se presta (comunicación audiovisual televisivo, comunicación audiovisual radiofónico, intercambio de videos a través de plataforma) como del volumen de ingresos del prestador (los obtenidos por la prestación de servicios de comunicación audiovisual en el mercado audiovisual español). Asimismo, se establecen criterios para la determinación de la cuantía económica de la sanción, y se prevé la posibilidad de imponer, además, una sanción accesoria por la comisión de determinadas infracciones muy graves.
- d) Se regula también la **obligación de cesación** de la emisión presuntamente constitutiva de infracción al primer requerimiento de la autoridad audiovisual así como el criterio



modulador de la responsabilidad de **la presunción de buena fe del responsable** en caso de que hubiera seguido el informe de consulta previo positivo emitido por un sistema de autorregulación con el que la autoridad audiovisual competente tenga un convenio de colaboración antes de la emisión del programa, contenido audiovisual o comunicación comercial audiovisual presuntamente constitutiva de infracción.

- e) Por último, se establecen ciertas previsiones relativas a medidas provisionales, bien se trate de las previas al procedimiento sancionador, o bien las medidas cautelares que puedan adoptarse una vez que se haya iniciado el correspondiente procedimiento sancionador.

Disposición adicional primera. Se establece un plazo de doce meses desde la aprobación de la Ley para la aprobación, mediante Acuerdo del Consejo de Ministros, del catálogo de acontecimientos de interés general con una vigencia de cuatro años.

Disposición adicional segunda. Se crea el Grupo de Autoridades de Supervisión para los Servicios de Comunicación Audiovisual; mesa de colaboración integrada por las autoridades independientes de ámbito estatal y autonómico en el ámbito de los servicios de comunicación audiovisual. El objetivo de la creación de esta mesa de colaboración es el intercambio de información, experiencias y mejores prácticas sobre la aplicación del marco regulador del sector audiovisual.

Disposición adicional tercera. En aras de fomentar la presencia de la mujer en la producción y dirección de obras audiovisuales se prevén medidas que implicarán modificar el régimen de ayudas y subvenciones presentes en la Ley del Cine

Disposición transitoria primera. Mientras no sea aprobado el catálogo de acontecimientos de interés general previsto en la Disposición adicional primera, se mantendrá vigente el actual, que se corresponde con los puntos d) y e) del apartado tercero del artículo 144.

Disposición transitoria segunda. Se recoge un criterio de calificación y recomendación de contenidos audiovisuales por edades mientras no sea aprobado el acuerdo de corregulación previsto en el artículo 96.2.

Disposición transitoria tercera. Se recoge una previsión para que aquellos servicios comunitarios sin ánimo de lucro a través de ondas hertzianas terrestres que hayan estado en emisión ininterrumpida en los últimos 5 años sin causar interferencias puedan solicitar la preceptiva licencia.

Disposición transitoria cuarta. Se establece un régimen transitorio para el cumplimiento de las obligaciones de accesibilidad hasta la entrada en vigor de las nuevas obligaciones, más exigentes que las anteriores

Disposición transitoria quinta. Se establece un régimen transitorio para el cumplimiento de las obligaciones de financiación de obra europea habida cuenta que las inversiones audiovisuales pueden desarrollarse en varios años consecutivos, y que hay que garantizar una seguridad jurídica a los sujetos.

Disposición derogatoria. Se recogen las disposiciones que quedan derogadas con la aprobación de la presente ley.



Disposición final primera. Se modifica la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española. En primer lugar, se modifica el propio modelo de financiación de la Corporación RTVE, incluyendo a prestadores de servicios de comunicación audiovisual a petición y a prestadores de servicios de intercambio de videos a través de plataforma, y se excluye del ámbito a los operadores de telecomunicaciones conforme a lo enunciado en la Hoja de Ruta para fomentar la inversión en redes y servicios 5G presentada el 7 de mayo de 2021. Por otra parte, la reforma del modelo de financiación incluye la atribución de la competencia de gestión, liquidación, inspección y recaudación de las aportaciones a la Corporación de RTVE a la Agencia Estatal de Administración Tributaria.

Disposición final segunda. Se modifica la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Se actualizan las competencias de la CNMC en función de las nuevas tareas que debe supervisar y controlar en el mercado audiovisual dicho organismo.

Disposición final tercera. Título competencial y carácter de legislación básica. El Anteproyecto normativo se dicta al amparo de lo dispuesto 149.1. 27ª de la Constitución Española, y tiene carácter de legislación básica, excepto el Título VIII que no tendrá carácter básico. Adicionalmente, se detallan otros títulos competenciales para determinadas materias específicas; en particular las reglas 1ª, 6ª, 8ª, 13ª, 14ª, 21ª y 28ª del artículo 149.1 de la Constitución Española.

Disposición final cuarta. Habilitación para el desarrollo reglamentario al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. En accesibilidad se faculta a la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital para que mediante órdenes ministeriales se puedan modificar las obligaciones concretas en función de cómo avance el mercado audiovisual.

Disposición final quinta. A través de esta disposición final se declara la incorporación de la Directiva 2010/13/UE (DSCA) y las modificaciones realizadas en la DSCA por la Directiva 2018/1808, de 14 de noviembre.

Disposición final sexta. Fecha de entrada en vigor de las disposiciones contenidas en la Ley. No obstante, se realizan matizaciones respecto a algunas de ellas:

- Los prestadores de servicios de intercambio de videos a través de plataforma dispondrán de 3 meses para adaptarse al Título V.
- Los fabricantes dispondrán de un año para realizar las adaptaciones técnicas en los procesos de fabricación de dispositivos para cumplir con lo establecido en la Ley.
- Las disposiciones de promoción de obra audiovisual europea serán exigibles en el ejercicio 2023
- Las obligaciones de accesibilidad entraran en vigor trascurrido un año de la entrada en vigor.

2.2 ANÁLISIS JURÍDICO

Aprobación de la Directiva de modificación de la DSCA.

La Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de noviembre de 2018, por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE 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 modificación de la DSCA**) tiene su origen en la **Comunicación de la Comisión Europea** al Parlamento Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones de 6 de mayo de 2015 denominada: **“Una Estrategia para el Mercado Único Digital de Europa”**.

En dicha Comunicación, la Comisión fijaba como una de sus principales prioridades la creación de un **Mercado Único Digital Europeo** basado en tres pilares:

1. Mejorar el acceso de los consumidores y las empresas a los bienes y servicios en línea en toda Europa.
2. Crear las condiciones adecuadas para que las redes y servicios digitales prosperen.
3. Aprovechar al máximo el potencial de crecimiento de la economía digital europea.

Como Anexo a la misma se establecía una **hoja de ruta de acciones** a realizar para la construcción de cada uno de los pilares que llevasen a la creación de dicho mercado único y, dentro de las acciones marcadas para configurar el segundo pilar, se anunciaba la **revisión de la Directiva 2010/13/UE** sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual, **llamada Directiva de servicios de comunicación audiovisual (DSCA)**.

Por tanto, **la modificación de la DSCA nace con el principal objetivo de actualizar el marco regulatorio audiovisual de la UE, vigente desde 2010**, manteniendo en todo caso el núcleo normativo de la **Directiva 89/552/CEE** del Consejo, de 3 de octubre de 1989, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva; Directiva, a su vez modificada por la **Directiva 2007/65/CE** del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre de 2007, por la que se modificaba la Directiva 89/552/CEE del Consejo.

Así, en fecha 25 de mayo de 2016, la Comisión publicó una propuesta legislativa para modificar la Directiva, concluyendo las negociaciones interinstitucionales tripartitas sobre la nueva redacción el 6 de junio de 2018. El Pleno del Parlamento Europeo dio su apoyo a la nueva norma el 2 de octubre de 2018. Posteriormente el 6 de noviembre de 2018, el Consejo votó a favor de la adopción de la Directiva, siendo publicada en el Diario Oficial de la Unión Europea¹⁷, el 28 de noviembre de 2018 y disponiendo los Estados miembros hasta el **19 de septiembre de 2020** para su trasposición.

España ha participado muy activamente en la tramitación de esta Directiva. Con carácter general, la modificación está alineada con las sensibilidades planteadas por España en sus contribuciones, **habiéndose conseguido la modificación de algún aspecto concreto que resultaba poco adecuado para el mercado audiovisual español.**, Este es el caso de los períodos horarios fijados para la contabilización de la publicidad emitida en servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales, que comprende dos franjas, entre las 6:00 y las 18:00 horas y entre las 18:00 y las 24:00 horas.

Marco jurídico audiovisual de la UE

El Tratado de Roma no atribuía competencias directas en el ámbito de la política audiovisual y de los medios de comunicación, como tampoco lo hace el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), si bien la competencia en materia de medios

¹⁷ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/ALL/?uri=CELEX:32018L1808>



de comunicación se deduce de diversos artículos del TFUE que permite elaborar políticas por parte de la UE, en los distintos sectores de los medios y tecnologías de la comunicación, habida cuenta de que los **bienes y servicios de los medios de comunicación se caracterizan por ser bienes culturales y también bienes económicos.**

Así, la política audiovisual de la UE se rige por los artículos 167 (cultura) y 173 (industria) del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), siendo la **pieza clave** de la legislación en este ámbito **la DSCA, ahora modificada con la aprobación de la Directiva 2018/1808, objeto de la transposición al ordenamiento jurídico español.**

No obstante, y como ya se ha señalado, el APL no se limita a transponer la citada Directiva, sino que se procede a realizar una profunda reforma de la normativa básica audiovisual. Para ello **se han tenido en cuenta las disposiciones, normas y recomendaciones europeas e internacionales** que se relacionan a continuación:¹⁸

ACTOS LEGISLATIVOS/ ADMINISTRATIVOS/JUDICIALES (INSTITUCIONES Y ORGANISMOS DE LA UE)	ASUNTO
Recomendación 98/560/CE del Consejo, de 24 de septiembre de 1998, relativa al desarrollo de la competitividad de la industria europea de servicios audiovisuales y de información mediante la promoción de marcos nacionales destinados a lograr un nivel de protección comparable y efectivo de los menores y de la dignidad humana, DO 1998 L 270/48	Protección de menores
Recomendación de la Comisión de 6 de mayo de 2003 sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas (2003/361/CE)	Promoción obra audiovisual europea
Recomendación 2006/952/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de diciembre de 2006, relativa a la protección de los menores y de la dignidad humana y al derecho de réplica en relación con la competitividad de la industria europea de servicios audiovisuales y de información en línea, DO 2006 L 378/72.	Protección de menores
Comunicación de la Comisión Europea sobre la aplicación de las normas en materia de ayudas estatales a los servicios públicos de radiodifusión. 2009	Prestadores serv. público común. audiovisual
Sentencia del Tribunal de Justicia de 24 de noviembre de 2011. Comisión Europea contra Reino de España. Incumplimiento de las obligaciones de un Estado Miembro Directiva 89/552/CEE- Emisión de televisión. Anuncios publicitarios. Asunto C-281/09	Comunicaciones comerciales audiovisuales.
Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Estrategia Europea en favor de una Internet más adecuada para los niños. COM (2012) 196 final. 2 de mayo de 2012	Protección de menores
Informe de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones sobre la aplicación de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual (Directiva 2010/13/UE). COM (2012) 203. (4.5.2012)	Implementación de la DSCA y perspectivas futuras
Resolución del Parlamento Europeo de 10 de junio de 2013 sobre televisión conectada. (2012/2300(INI))	Televisión conectada
Decisión de la Comisión sobre la compatibilidad con la legislación de la UE de las medidas lituanas en virtud del artículo 3.2 (Directiva 2010/13/UE). (2015) 4609.	Principio país de origen, libertad de circulación y expresión

¹⁸ Ordenado cronológicamente



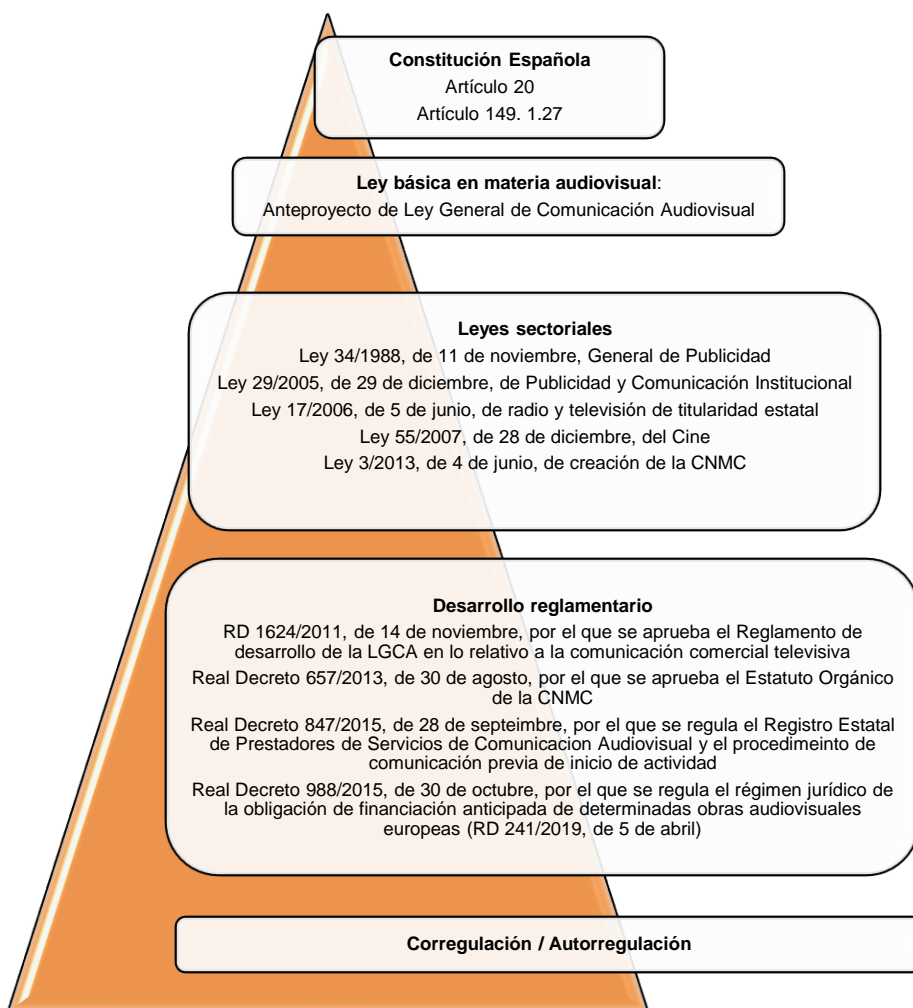
Resolución del Parlamento Europeo de 12 de marzo de 2014 sobre la preparación para un mundo audiovisual completamente convergente (2013/2180 (INI))	Comunicaciones comerciales audiovisuales
Conclusiones del Consejo de la Unión Europea sobre política audiovisual europea en la era digital. Bruselas 25 de noviembre de 2014.	Política audiovisual
Informe del Parlamento Europeo y el Consejo sobre la Recomendación de 2005 sobre el patrimonio cinematográfico. 2012-2013	Patrimonio cinematográfico
Sentencia TJUE de 21 de octubre de 2015. New Media Online GmbH contra Bundeskommunikationssenat y Der Bundeskanzler. Directiva 2010/13/UE. Asunto C-347/14	Servicios de comunicación audiovisual
Recomendación 2074 (2015) y Resolución 2065 (2015) de la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa: Aumentar la transparencia de la propiedad de los medios. 24 de junio de 2015	Transparencia propiedad medios
Resolución del Parlamento Europeo de 28 de abril de 2015 sobre el cine europeo en la era digital (apoyo financiero subprograma MEDIA de Europa Creativa)	Industria audiovisual europea
Conclusiones del Consejo de la Unión Europea sobre el desarrollo de la alfabetización mediática y el pensamiento crítico mediante la educación y la formación. 9641/16. 1 de junio de 2016	Alfabetización digital
Informe del Comité Económico y Social Europeo. COM (2016)287 final-2016/0151 (COD) 19 de octubre de 2016	DSCA
Informe del Comité Europeo de las Regiones 7 diciembre 2016	DSCA
Alianza para mejorar la protección de los menores en Internet. Impulsada por la Comisión Europea en 2017 y formada por representantes privados y públicos. Informe de evaluación de su actividad publicado el 14.02.19	Protección de menores
Comunicación de la Comisión Europea al Parlamento Europeo y al Consejo sobre un sistema tributario claro y eficiente en la UE para el Mercado Único Digital. 21 de septiembre de 2017	Marco fiscal economía digital
Recomendación 2018/334 de la Comisión de 1 de marzo de 2018 sobre medidas para combatir eficazmente los contenidos ilícitos en línea	Contenidos ilícitos
Informe del Parlamento Europeo sobre pluralismo y libertad de los medios de comunicación en la UE (2017/2209 (INI) 12 de abril de 2018	Pluralismo medios comunicación
Propuesta de la Comisión Europea 2018/0331 (COD) regulación del Parlamento Europeo y del Consejo sobre prevención de la propagación de contenido terrorista online	Contenidos ilícitos
Plan de Acción de la Comisión Europea: Una Europa que protege: El plan de acción de la UE contra la desinformación. 5 de diciembre 2018	Pluralismo. Desinformación
Informe de la Comisión Europea sobre la Economía Digital y el Índice Social (DESI): España 2019	Industria audiovisual europea
Informe del Parlamento Europeo "Financiación cinematográfica y Mercado Único Digital (DSM): su futuro, el papel de la territorialidad y los nuevos modelos de financiación". PE 629.186- Enero 2019	Promoción obra audiovisual europea
Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo estableciendo un marco jurídico para la selección de inversores extranjeros directos en la Unión. 2017/0224 (COD). 20 de Febrero 2019	Prestación servicio comunicación audiovisual
Recomendación CM/Rec(2019) del Comité de Ministros a los Estados miembros para la prevención y lucha contra el sexismo	Igualdad derechos mujer
Comunicación de la Comisión Europea para el Parlamento Europeo, el Consejo Europeo, el Consejo, el Comité europeo económico y social y el Comité de las Regiones del Informe sobre la implementación del Plan de Acción contra la Desinformación. JOIN (2019)12 final. 14 junio 2019	Pluralismo. Transparencia. Desinformación
Directiva 2019/882 del Parlamento Europeo y del Consejo de 17 de abril de 2019 sobre requerimientos de accesibilidad para productos y servicios. Acta Europea de Accesibilidad.7 junio 2019	Accesibilidad



Inclusión en el ordenamiento jurídico español:

El APL nace como **norma básica del ordenamiento jurídico español en materia audiovisual**, de conformidad con lo establecido en el **artículo 149.1.27^a de la Constitución Española**, que atribuye al Estado la competencia para dictar las *“normas básicas del régimen de prensa, radio y televisión y, en general, de todos los medios de comunicación social, sin perjuicio de las facultades que en su desarrollo y ejecución correspondan a las Comunidades Autónomas”*.

Esta norma básica tendrá el siguiente encaje en el **ordenamiento jurídico español regulador del audiovisual**:



Por otro lado, en la elaboración del APL, además de la transposición de la DSCA revisada y de su engarce con el resto de la normativa europea mencionada con anterioridad, y de la legislación autonómica vigente sobre la materia audiovisual, se han tenido en cuenta **las siguientes normas para su correcto encaje con el ordenamiento jurídico español vigente**¹⁹:

NORMA	Materia	Artículo APL
-------	---------	--------------

¹⁹ Ordenadas cronológicamente.



LEYES ORGÁNICAS		
Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, la intimidad personal y familiar y a la propia imagen	Respeto de la comunicación audiovisual al honor, la intimidad y la propia imagen	Artículo 4.3
Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, reguladora del derecho a la rectificación	Garantía de la comunicación audiovisual a los derechos de rectificación y réplica	Artículo 4.3
Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal	Delitos de terrorismo, pornografía infantil, delitos racistas y xenófobos.	Artículo 4.4 Artículo 139
Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de protección jurídica del menor (modificada por LO 8/2015, de 28 de julio, de modificación del sistema de protección a la infancia y adolescencia y por la Ley 26/2015) ²⁰	Protección menor en el ámbito audiovisual	Artículo 18 Artículo 19 Artículo 21 Artículo 22 Artículo 23
Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres	Imagen de la mujer en la comunicación audiovisual	Artículo 6. Artículo 40.2.b) Artículo 46.1.e) Artículo 89.2.b) Artículo 143.6 Disposición final Segunda.
Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera	Garantía de cumplimiento de la normativa de estabilidad presupuestaria y sostenibilidad financiera por los prestadores públicos	Artículo 129
Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de protección de datos y garantía de los derechos digitales.	Protección de datos y garantía de derechos digitales Alfabetización mediática Límites acceso datos Registro estatal	Artículo 4.3 Artículo 13 Artículo 93
LEYES ORDINARIAS		
Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y comercio electrónico	Prestador del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma	Artículo 3.2
Ley 28/2005, de 26 de diciembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de los productos del tabaco.	Prohibición comunicación comercial audiovisual de cigarrillos y demás productos de tabaco	Artículo 45
Ley 4/2007, de 3 de abril, de transparencia de las relaciones financieras entre las Administraciones Públicas y las empresas públicas	Cuantificación coste neto encomienda servicio público de comunicación audiovisual Separación estructural de actividades	Artículo 118 Artículo 120

²⁰ En la redacción de estos artículos se ha tenido en cuenta el Anteproyecto de Ley Orgánica de Protección Integral a la Infancia y la adolescencia frente a la Violencia Protección menor en el ámbito audiovisual, presentado por el Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social, el Ministerio de Justicia y el Ministerio de Interior, aprobado por Consejo de Ministros de 28.12.18.



TR Ley Sociedades de Capital aprobado por RD Legislativo 1/2010, de julio.	Transparencia sector audiovisual	Artículo 94
Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación del juego	Comunicaciones comerciales audiovisuales que fomenten comportamientos nocivos para la salud	Artículo 45
Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia	Autorregulación/ corregulación/ códigos de conducta Alfabetización mediática Control cumplimiento obligaciones accesibilidad Control y seguimiento obligación de promoción obra audiovisual europea Emisión de informes Limitación libre recepción del servicio audiovisual y medidas de salvaguarda Ejercicio competencia sancionadora Autoridad audiovisual competente	Artículos 10-12-19-33 Artículos 13 Artículos 31-32 Artículo 42 Artículos 14-15 y 68 Artículo 100-103 Artículo 139 Artículo 145
RD Legislativo 1/2013, de 29 de noviembre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social	Comunicación audiovisual y discapacidad. Accesibilidad en el ámbito audiovisual. Centro Español de Subtitulado y Audiodescripción (CESyA)	Artículo 7 Artículo 25 y siguientes Artículo 34
Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.	Regulación acceso público datos asientos registrales Transparencia sector audiovisual	Artículo 93 Artículo 94
Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado	Régimen jurídico de la comunicación previa. Registros Públicos	Artículo 73 Artículo 92
Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones	Régimen jurídico licencias prestación comunicación audiovisual por ondas hertzianas terrestres	Artículo 76
Ley 22/2015, de 20 de julio, Auditoría de cuentas	Transparencia sector audiovisual	Artículo 94
Ley 7/2017, de 2 de noviembre, por la que se incorpora la Directiva 2013/11, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo	Códigos de autorregulación y corregulación	Artículo 12
Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público	Limitaciones otorgamiento de licencias por razones de orden público audiovisual Extinción licencia audiovisual	Artículo 79 Artículo 88
Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio	Transparencia sector audiovisual Pluralismo mercado audiovisual radiofónico	Artículo 94 Artículo 97

Respecto al procedimiento administrativo común regulado en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, el APL contiene los siguientes trámites:

Trámite/Procedimiento previsto en el APL	Descripción	¿El trámite o procedimiento contraviene la Ley 39/2015? Justificación diferente tratamiento en la Ley
--	-------------	---



Régimen jurídico de la comunicación previa (Artículos 17 al 19)	La prestación del servicio de comunicación audiovisual que no sea prestado mediante ondas hertzianas terrestres, requiere comunicación fehaciente y previa de inicio de actividad a la autoridad audiovisual competente, sin perjuicio de las facultades de comprobación, control e inspección de este órgano para su recepción y gestión.	No. A pesar de que el APL regula sólo algunos aspectos, remitiéndose a un posterior procedimiento reglamentario, la comunicación deberá cumplir los requisitos del artículo 69 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, así como el resto de preceptos recogidos en dicha Ley (artículo 68, subsanación). Regulado en RD 847/2015.
Régimen jurídico de las licencias para la prestación del servicio de comunicación audiovisual (Artículos 20 al 30)	La prestación del servicio de comunicación audiovisual mediante ondas hertzianas terrestres exige ser titular de una licencia otorgada mediante concurso por la autoridad audiovisual competente.	No. No contraviene los principios y normas generales de la Ley 39/2015, de 1 de octubre. La prestación de ese servicio mediante ondas hertzianas exige el uso de dominio público (espectro radioeléctrico)
Registro de prestadores del servicio de comunicación audiovisual (Artículos 36 al 41)	El prestador del servicio de comunicación audiovisual se inscribirá en un Registro estatal o autonómico de carácter público. Respecto al Registro Estatal, se remite a un reglamento posterior la organización y funcionamiento del mismo.	No. La regulación recogida en el APL no contraviene las normas generales de la Ley 39/2015, de 1 de octubre (acceso a la información pública, archivos y registros, archivo documentos, emisión de documentos por las Administración Pública, etc.). Regulado en el RED 847/2015.
Procedimiento de suspensión y urgente de suspensión de libertad transfronteriza (Artículos 44 y 45)	Se prevén sendos procedimientos para suspender la libertad de prestación transfronteriza del servicio de comunicación audiovisual, que serán incoados por la CNMC, en determinados supuestos recogidos en el artículo 100 del Anteproyecto.	No. Los procedimientos referidos respetan la regulación de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, relativos a los procedimientos iniciados de oficio (Título IV).
Régimen sancionador (Artículos 151 y siguientes)	El APL regula el procedimiento sancionador en materia audiovisual.	No. El artículo 140 establece expresamente que este procedimiento se regirá por los principios establecidos en la Ley 39/2015, de 1 de octubre y su desarrollo reglamentario sin perjuicio de las previsiones específicas del Anteproyecto.
Entrada en vigor (Disposición final quinta)	Esta Ley entrará en vigor el 1 de junio de 2022.	Se establece la entrada en vigor inmediata impuesta por la obligación del cumplimiento del plazo de la transposición de la Directiva y artículo 23 Ley 50/1997, del Gobierno.

Normativa a modificar



La aprobación del APL supondrá la modificación de la Ley 3/2013, de 3 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Además, posteriormente se prevé modificar las siguientes normas de desarrollo de la LGCA:

- Real Decreto 1624/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, en lo relativo a la comunicación comercial televisiva.
- Real Decreto 847/2015, de 28 de septiembre, por el que se regula el Registro Estatal de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual y el procedimiento de comunicación previa de inicio de actividad.
- Real Decreto 988/2015, de 30 de octubre, por el que se regula el régimen jurídico de la obligación de financiación anticipada de determinadas obras audiovisuales europeas (modificado por RD 241/2019, de 5 de abril).

Normativa afectada

El APL es, en su mayor parte, normativa básica en materia audiovisual (artículo 149.1. 27ª CE), y **en su elaboración se ha puesto especial atención en no invadir el ámbito competencial propio de las Comunidades Autónomas**. Para ello, **se han tenido en cuenta las siguientes leyes autonómicas en materia audiovisual:**

ANDALUCÍA
<ul style="list-style-type: none">• Ley 10/2018, de 9 de octubre, audiovisual de Andalucía.• Ley 18/2007, de 17 de diciembre, de la Radio y Televisión de titularidad autonómica gestionada por la Agencia Pública de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA).• Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía.• Ley 6/2015, de 9 de julio, del Cine de Andalucía.
ARAGÓN
<ul style="list-style-type: none">• Ley 8/1987, de 15 de abril, de creación, organización y control parlamentario de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión.• Ley 5/2019, de 21 de marzo, de derechos y garantías de las personas con discapacidad en Aragón (Título X. De los medios de comunicación social y la publicidad).• Decreto 1/2013, de 9 de enero, del Gobierno de Aragón, por el que se crea y regula el Registro de prestadores de servicios de comunicación audiovisual de Aragón.
ASTURIAS
<ul style="list-style-type: none">• Ley del Principado de Asturias 8/2014, de 17 de julio, de segunda reestructuración del sector público autonómico. (Título I. Del Sector público audiovisual).
BALEARES
<ul style="list-style-type: none">• Ley 5/2013, de 1 de octubre, audiovisual de las Illes Balears.• Ley 9/2015, de 26 de noviembre, de modificación de la Ley 15/2010, de 22 de diciembre, del Ente Público de Radiotelevisión de las Illes Balears.
CANARIAS
<ul style="list-style-type: none">• Ley 1/2018, de 13 de junio, de modificación de la Ley 13/2014, de 26 de diciembre, de Radio y Televisión Públicas de la Comunidad Autónoma de Canarias.• Decreto 80/2010, de 8 de julio, sobre servicios de comunicación audiovisual.• Decreto 53/2012, de 17 de abril, del Presidente, por el que se determina la organización y el funcionamiento del Registro canario de prestadores del servicio de comunicación audiovisual y se crea el correspondiente fichero de datos.



<ul style="list-style-type: none">Anuncio de 7 de febrero de 2018 relativo Reglamento regulador del servicio público insular de televisión digital terrestre de Tenerife.
CANTABRIA
<ul style="list-style-type: none">Decreto 46/2013, de 11 de julio, sobre Servicios de Comunicación Audiovisual.Ley 9/2018, de 21 de diciembre, de garantía de los Derechos de las Personas con Discapacidad (Accesibilidad en la comunicación, sociedad de la información y medios de comunicación social).
CASTILLA LA MANCHA
<ul style="list-style-type: none">Ley 10/2007, de 29 de marzo, de Medios Audiovisuales de Castilla- La Mancha.Ley 3/2000, de 26 de mayo, de Creación del Ente Público de Radio-Televisión de Castilla- La Mancha.Ley 4/2018, de 8 de octubre, para una Sociedad Libre de Violencia de Género en Castilla- La Mancha (Medidas en el ámbito de los medios de comunicación y en el ámbito de la publicidad).
CASTILLA LEÓN
<ul style="list-style-type: none">Decreto 59/2015, de 17 de septiembre, por el que se regulan los servicios de comunicación audiovisual en la Comunidad de Castilla y León.Orden FYM/148/2016, de 26 de febrero, por el que se regulan los procedimientos en materia de servicios de comunicación audiovisual.
CATALUÑA
<ul style="list-style-type: none">Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Catalunya.Ley 2/2000, de 4 de mayo, del Consejo del Audiovisual de Cataluña.Ley 11/2007, de 11 de octubre, de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales.
EXTREMADURA
<ul style="list-style-type: none">Ley 3/2008, de 16 de junio, reguladora de la Empresa Pública “Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales”.Decreto 134/2013, de 30 de julio, de comunicación audiovisual de la Comunidad Autónoma de Extremadura.Ley 11/2014, de 9 de diciembre, de accesibilidad universal de Extremadura (Accesibilidad en la comunicación, sociedad de la información y medios de comunicación social).Ley 5/2018, de 3 de mayo, de prevención del consumo de bebidas alcohólicas en la infancia y la adolescencia (Limitaciones a la publicidad, patrocinio y promoción de bebidas alcohólicas en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura).Orden de 29 de mayo de 2017 por el que se crea el fichero de datos de carácter personal de prestadores de servicios de comunicación audiovisual.
GALICIA
<ul style="list-style-type: none">Ley 6/1999, de 1 de septiembre, del Audiovisual de Galicia.Ley 9/2011, de 9 de noviembre, de los medios públicos de comunicación audiovisual de GaliciaLey 1/2014, del 24 de marzo, para el aprovechamiento de la lengua portuguesa y vínculos con la lusofonía (servicios audiovisuales).
LA RIOJA
<ul style="list-style-type: none">Ley 1/2006, de 28 de febrero, de protección de menores de La Rioja (Programas de radio y televisión y publicidad dirigida a menores).Decreto 64/2012, de 9 de noviembre, por el que se regulan los servicios de comunicación audiovisual y el registro de prestadores en el ámbito de la Comunidad Autónoma de La Rioja.
MADRID
<ul style="list-style-type: none">Ley 2/2001, de 18 de abril, de Contenidos Audiovisuales y Servicios Adicionales.Ley 7/2019, de 27 de marzo, de modificación de la Ley 8/2015, de 28 de diciembre, de Radio Televisión Madrid.
MURCIA
<ul style="list-style-type: none">Ley 10/2012, de 5 de diciembre, de modificación de la Ley 9/2004, de 29 de diciembre, de creación de la Empresa Pública Regional Radiotelevisión de la Región de Murcia.Ley 4/2017, de 27 de junio, de accesibilidad universal de la Región de Murcia (Telecomunicaciones y sociedad de la información).
NAVARRA



<ul style="list-style-type: none">Decreto Foral 5/2012, de 25 de enero, sobre servicios de comunicación audiovisual en la Comunidad Foral de Navarra.
PAIS VASCO
<ul style="list-style-type: none">Decreto 231/2011, de 8 de noviembre, sobre la Comunicación Audiovisual.
VALENCIA
<ul style="list-style-type: none">Ley 1/2006, de 19 de abril, del sector audiovisual.Decreto 4/2017, de 20 de enero, del Consell, por el que se regulan los servicios y el Registro de Prestadores de Comunicación Audiovisual de la Comunitat Valenciana.

Normativa a derogar.

La aprobación del APL supone la derogación de la vigente Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

Asimismo, se derogan cuantas normas de igual o inferior rango contradigan o se opongan a lo dispuesto en la presente Ley y de manera expresa la Ley 22/1999, de 7 de junio, de modificación de la Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros, relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, la disposición adicional duodécima de la Ley 3/2014, de 4 de junio, de creación de la CNMC y la Resolución de 21 de junio de 2010, de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, por la que se publica la Resolución de 10 de junio de 2010, por la que se constituye el Registro Estatal de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual.

2.3 DESCRIPCIÓN DE LA TRAMITACIÓN

Encargo unidad

Mediante una carta remitida el 11.12.18 por el titular de la Dirección General de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información a la Secretaría General Técnica del Ministerio de Economía y Empresa, se informaba de la aceptación por parte de dicho centro directivo para proceder a la trasposición de la Directiva Audiovisual. Información que fue trasladada oportunamente al Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación.

Trámites elaboración de norma con rango de ley:

De acuerdo con el artículo 127 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, la iniciativa legislativa prevista en la Constitución se ejercerá por el Gobierno de la Nación mediante la elaboración y aprobación de los anteproyectos de Ley y la ulterior remisión de los proyectos de Ley a las Cortes Generales.

En este sentido, el artículo 22 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, recoge que el Gobierno ejercerá la iniciativa legislativa y la potestad reglamentaria conforme a los principios y reglas establecidos en el título V de la Ley 40/2015, de 1 de octubre y título VI de la Ley 39/2015, de 1 de octubre.

El artículo 26 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno regula los trámites para la elaboración de una norma con rango de ley. Así, en primer lugar, se dispone que la redacción estará precedida de cuantos estudios y consultas se estimen convenientes para garantizar el acierto y la legalidad de la norma.

Estudios y consultas realizados para garantizar el acierto y la legalidad de la norma



Se han consultado varios **informes de organismos** del ámbito europeo:²¹

ORGANISMOS/ INSTITUCIONES	INFORME/S CONSULTADO/S
Consejo de Europa	<ul style="list-style-type: none">• “Pautas para respetar, proteger y cumplir los derechos de los niños en el entorno digital”. Recomendación CM/REC(2018) del Comité de Ministros.
EAO (Observatorio Europeo del Audiovisual) Consejo de Europa (Además de los informes, se han consultado las bases de AVMS y MAVISE)	<ul style="list-style-type: none">• “El desarrollo del mercado europeo de servicios audiovisuales bajo demanda”. Marzo 2015.• “Instantánea: Televisión regional y local en España”. 2015• “Propiedad de los medios: realidades del mercado y respuestas regulatorias” 2016• “Radio-Televisiones regionales y locales en Europa”. 2016• “Mapa de la Industria de Animación en Europa”. 2016• “Mapa de las prácticas y acciones de la alfabetización mediática en la UE de los 28”. 2016• “Comunicaciones comerciales en la revisión de la DSCA”. 2017• “Medios: ¿hechos, nada más que hechos?”. 2018• “Mapa del sistema de licencias para servicios de medios audiovisuales en la Europa de los 28”. 2018• “Aplicación de la Ley de medios sin fronteras”. 2018• “Marco legal para los servicios de intercambio de vídeos a través de plataformas”. 2018• “La visibilidad de las obras audiovisuales en los servicios transaccionales bajo demanda (TVOD)”. Edición 2018• “Contenido de televisión en los catálogos VoD”. Edición 2018• “El mercado VoD UE: Datos y cifras” 2018.• “Mapa de criterios de financiación pública cinematográfica y audiovisual en la UE”. 2019• “Mapa de reglas nacionales para la promoción de obras europeas en Europa”. 2019• “La independencia de las autoridades regulatorias de medios en Europa”. 2019• Anuario 2018/2019 Tendencias clave• “La exportación de películas europeas en servicios VoD fuera de Europa”. Septiembre 2019
ERGA (Grupo de Reguladores Europeos para los Servicios de Medios Audiovisuales)	<ul style="list-style-type: none">• Informe y recomendaciones sobre la independencia de las Autoridades Nacionales Regulatorias. 15 de diciembre 2015.• Informe sobre la jurisdicción material en un ambiente convergente. 15 diciembre 2015• Informe sobre la protección de los menores en un mundo conectado. Recomendaciones para un sistema futuro de protección de menores. 15 diciembre 2016• Resumen del grupo de trabajo sobre “Alfabetización mediática: enfoque en el papel de los reguladores.” Octubre 2017• Taller ERGA Academy 2018: “La protección de los niños en los medios audiovisuales: la efectividad de la verificación de la edad y alfabetización mediática. Informe de actividades.
Plataforma UE sobre dieta, actividad física y salud	<ul style="list-style-type: none">• Informe sobre iniciativas sobre nutrición y actividad física. Última versión 20 de septiembre de 2019 (Foro organizaciones)

²¹ Dentro de cada institución/organismo, ordenado cronológicamente.



EBU (Unión Europea de Radiodifusión)	<ul style="list-style-type: none"> Informe: “Empoderando a la sociedad: una declaración sobre los valores centrales de los medios de servicio público” 2012 Informe “Financiación de servicios públicos de medios” 2014 Informe “El criterio de “funcionalidad esencial” en la definición de los servicios de intercambio de video por plataformas” Abril 2019
OSCE (Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa)	<ul style="list-style-type: none"> Informe “Libertad de expresión en Internet: estudio de las disposiciones y prácticas legales relacionado con la libertad de expresión, el libre flujo de información y pluralismo de los medios en Internet en los Estados participantes de la OSCE” 2012
EMR (Instituto de Derecho Europeo de los medios)	<ul style="list-style-type: none"> “Los criterios de jurisdicción en la DSCA concerniente a los proveedores de servicios de medios audiovisuales tras la reforma de 2018” Dr. Mark.D.Cole “Principios rectores para establecer pautas para la implementación del artículo 13 (6) de la DSCA.” Dr. M.D.Cole. Abril 2019

Asimismo, se han consultado los **siguientes informes** de los distintos organismos e instituciones:²²

ORGANISMO	INFORME CONSULTADO
Ministerio de Economía y Empresa. Secretaría de Estado para el Avance Digital.	<ul style="list-style-type: none"> Informe anual “La Sociedad en Red”. SETSI. Red.es. 2018 Mujer y sector audiovisual. La importancia de la imagen pública de la mujer. Unidad de Igualdad. MINECE. 29.11.18
Ministerio Economía y Empresa. Observatorio Nacional Telecomunicaciones y SI	<ul style="list-style-type: none"> Informe anual del sector de los Contenidos Digitales España (2018) Dossier de Indicadores del Índice de Economía y Sociedad Digital. 2019. Red.es Dossier de Indicadores del Índice de Desarrollo Digital de las Mujeres en España y Europa. 2019. Red.es Grupo de Expertos “Igualdad de género en la sociedad digital” 2019
Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. Observatorio de la Infancia	<ul style="list-style-type: none"> II Plan Estratégico Nacional de Infancia y Adolescencia. 2013-2016. 5.04.2013 Consulta www.infanciaendatos.es Seguimiento de las recomendaciones. Año 2017 Estrategia Nacional sobre Adicciones 2017-2024, finalmente aprobada por Consejo de Ministros el 9/2/2018 Informe sobre adicciones comportamentales (2019), del Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones perteneciente a la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas Estudio EDADES (2015-2016)
Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social. Real Patronato sobre Discapacidad.	<ul style="list-style-type: none"> Informe: “Presencia de la lengua de signos española en la televisión”. 2015. Seminario “La trasposición de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual: nuevo escenario, nuevas reglas” 19.11.2019 (CEySA)
Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes e	<ul style="list-style-type: none"> Plan de Acción para la igualdad de oportunidades de mujeres y hombres en la Sociedad de la Información. 2014-2017

²² Dentro de cada institución/organismo, ordenado cronológicamente.



Igualdad. Instituto de la Mujer e Igualdad de Oportunidades	<ul style="list-style-type: none">• Pacto de Estado contra la Violencia de Género. Colaboración medidas 40 a 45
Ministerio de Hacienda	<ul style="list-style-type: none">• Estudio sobre prevalencia, comportamiento y características de los usuarios de juegos de azar en España, coordinado por la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ)
Ministerio de Cultura y Deporte. Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA)	<ul style="list-style-type: none">• Integración de las competencias ALFIN/AMI en el sistema educativo: referencias, contexto y propuestas. Grupo de Trabajo de Alfabetización Informacional (GTALFIN). 2016• Anuarios de cine: producción, distribución, exhibición y comercialización cinematográfica (anuales)• Encuesta de hábitos y prácticas culturales (España. 2018-2019)• Anuario de Estadísticas culturales. 2019
Consejo de Estado	<ul style="list-style-type: none">• Informe para la reforma de los medios de titularidad del Estado (elaborado por el Consejo creado al efecto por RD 744/2004, de 23 de abril)
Defensor del Pueblo	<ul style="list-style-type: none">• Informes anuales.
Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia	<ul style="list-style-type: none">• Informes anuales del sector de las telecomunicaciones y el audiovisual• Panel Hogares CNMC trimestrales.• Informe relativo a las aportaciones que realizan los operadores de televisión a las agrupaciones de interés económico a los efectos de la obligación del artículo 5.3 de la LGCA". 25.03.14• Acuerdo por el que se da contestación a diversas consultas formuladas por los operadores en materia de publicidad y autopromoción televisivas. (INF/DTSA/1356/14 CRITERIOS PUBLICIDAD)• Criterios orientadores para la calificación de contenidos audiovisuales (CRITERIOS/DTSA/001/15). 2015• Informe CNMC sobre propuesta de LNFP de condiciones para la comercialización centralizada de los derechos audiovisuales de campeonato nacional de fútbol en las temporadas 2015/2016 a 2017/2018• Resolución por la que se requiere a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual adheridos al Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia para que cumplan lo dispuesto en el mismo en relación con la emisión de informativos. (REQ/DTSA/009/15/INFORMATIVOS)• Informe sobre cumplimiento de las obligaciones de servicio público de comunicación audiovisual por parte de la Corporación RTVE. 2014 y 2015-2016 (MSP/DTSA/001/15 y MSP/CNMC/001/16)• Acuerdo por el que se da contestación a la consulta formulada por la Corporación RTVE en relación al alcance de las obligaciones contenidas en el artículo 31 de la LGCA. (CNS/DTSA/018/15/CRTVE)• Acuerdo por el que se da contestación a la consulta formulada por el Consejo Audiovisual de Andalucía con relación a la emisión por televisión de un spot publicitario de la película de terror "nunca apagues la luz". (CNS/DTSA/293/16/SPOT)• Acuerdo por el que se da contestación a la consulta formulada por AUTOCONTROL en relación a la emisión



	<p>por televisión de competiciones de videojuegos (CNS/DTSA/249/16/AUTOOC)</p> <ul style="list-style-type: none">• Acuerdo por el que se da contestación a la consulta formulada por la AUC en relación con la emisión de películas y series en canales de acceso condicional durante las franjas de protección de menores. CNS/DTSA/085/17/AUC• Acuerdo por el que se da contestación a la consulta formulada por AUTOCONTROL en relación a la calificación de las series emitidas en plataformas on line (VOD) y de sus comunicaciones comerciales (CNS/DTS/025/17)• Acuerdo por el que se da contestación a la consulta formulada por AUTOCONTROL en relación a la promoción de bebidas alcohólicas de más de 20 grados en aplicaciones móviles. (CNS/DTSA/266/17/AUTOCONTROL BEB. ALCOHOLICAS)• Informe de seguimiento de la promoción y distribución de las obras europeas en los servicios a petición y las medidas para fomentar la producción y distribución de obras europeas en servicios lineales” (INF/DTSA/160/17/CUOTA O. EUROPEA)• Acuerdo por el que se da contestación a la consulta formulada por la Corporación RTVE en relación con la cesión de sus canales a otros prestadores. (CNS/DTSA/825/17/CRTVE)• Informe sobre el seguimiento de las obligaciones impuestas en materia de accesibilidad correspondiente al año 2017 (INF/DTSA/083/18)• Informes sobre el cumplimiento de la obligación de financiación anticipada de la producción europea de películas cinematográficas, películas y series para televisión, documentales y series de animación en los ejercicios 2017 y 2018 (FOE/DTSA/026/18/ANUAL2017, y FOE/DTSA/026/19/ANUAL2018)
INCIBE (Instituto Nacional de Ciberseguridad)	<ul style="list-style-type: none">• Iniciativas y campañas is4k (Internet Segura ForKids): Contenido inapropiado, alfabetización mediática....
Corporación RTVE	<ul style="list-style-type: none">• Memorias de Servicio Público y Responsabilidad Social Corporativa (anuales)• Informes trimestrales Defensor de la Audiencia de RTVE• Reglamento del Derecho de Acceso• Código ético. Plan de prevención de riesgos penales.• Manual de estilo de RTVE. Directrices para profesionales.• Jornada: “La radiotelevisión pública ante el nuevo marco normativo europeo para el audiovisual”. 2019
FORTA	<ul style="list-style-type: none">• Situación actual y tendencias de la radiotelevisión pública en Europa. Coord. Profesor Dr. Fco. Campos Freire. 2016• Protección de los menores en el ámbito de la comunicación audiovisual: protección de menores ante contenidos audiovisuales. Sesión FIDE (Fundación para la investigación sobre el Derecho y la Empresa). 18.02.2019
Comisión Mixta Seguimiento del Código de Autorregulación sobre	<ul style="list-style-type: none">• Balance de actuaciones (anual)



Contenidos Televisivos e Infancia	
--	--

También se han examinado los siguientes informes relacionados con el sector audiovisual español:²³

Asociación/empresa/consultora	
Agentes sector comunicación comercial en España (varios)	<ul style="list-style-type: none"> • Código de Conducta Comercial del Sector Publicitario Español.
AMETIC	<ul style="list-style-type: none"> • “La explosión del consumo digital”. 2015. Accenture • Datos sectoriales del Hipersector TIC y Contenidos Digitales en España 2015-2016 • Catálogo de empresas de la Comisión de Servicios y Contenidos Digitales.2018
Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)	<ul style="list-style-type: none"> • Marco General de los Medios en España (2020)
ARHOE-Comisión Nacional para la Racionalización de Horarios Españoles	<ul style="list-style-type: none"> • Conclusiones Congreso Nacional para Racionalizar los Horarios Españoles. (Anual)
ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID	<ul style="list-style-type: none"> • Informe sobre la profesión periodística. 2017
ASOCIACION ESTATAL DEL CINE (AEC)	<ul style="list-style-type: none"> • Resumen de la producción y del sector.
ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AIMC)	<ul style="list-style-type: none"> • Marco General de los Medios en España 2020
ASOCIACION USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC)	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la audiencia infantil en el primer semestre de 2018. Menores y televisión: la AUC alerta sobre el elevado consumo televisivo infantil nocturno.
ATRESMEDIA CORPORACION DE MEDIOS	<ul style="list-style-type: none"> • Informes Anuales y de Responsabilidad Corporativa. • Código de Conducta de Atresmedia. • Códigos Deontológicos de Antena3 Noticias y la Sexta Noticias.
AUTOCONTROL	<ul style="list-style-type: none"> • Informe anual de actividad en publicidad televisiva. (Informes anuales) • Guía de estándares y buenas prácticas de “ad viewability” 2017 • Código de conducta publicitaria. Códigos de conducta sectoriales.
BARLOVENTO COMUNICACION	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis del consumo de TV de los espectadores que reciben servicios de vídeo en streaming (OTT). 2019 • Consumo de Internet vs. Televisión. 2019
CIMA (Asociación mujeres cineastas y de medios audiovisuales)	<ul style="list-style-type: none"> • Informes CIMA: “La representatividad de las mujeres en el sector cinematográfico español” (años 2016 y 2017)
CONECTA	<ul style="list-style-type: none"> • “Informe Conecta 2018. La televisión de pago en España.” Deloitte. 5.04.2018
DIBOOS. Federación de Animación	<ul style="list-style-type: none"> • “La industria española de la animación y de los efectos audiovisuales”. Junio 2018
DIGITALES	<ul style="list-style-type: none"> • “Mujeres en la Economía Digital en España”. 2018
EVOCA COMUNICACIÓN (Asesoría)	<ul style="list-style-type: none"> • Informe “Los medios ante la transformación programática”. • Informe “El auge de los modelos de pago”. • Informe “La televisión que viene”.

²³ Ordenado alfabéticamente.



FAPAE	<ul style="list-style-type: none">• Código deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE)
FUNDACIÓN ANAR	<ul style="list-style-type: none">• Carta de los derechos digitales de los niños, niñas y adolescentes.
FUNDACION COMPROMISO Y TRANSPARENCIA	<ul style="list-style-type: none">• Informe: "Primera plana: Informe de transparencia y buen gobierno sobre independencia y credibilidad editorial de los grupos de comunicación"
FUNDACION INVESTIGACION DERECHO Y EMPRESA (FIDE)	<ul style="list-style-type: none">• Conclusiones jornada "Derecho a la información y televisión pública". 2019
GECA Consultora (Imagina Media)	<ul style="list-style-type: none">• Informe GECA. 2019
lcmmedia net (Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Medios)	<ul style="list-style-type: none">• Informe: "La protección del menor tras la LGCA".2012• Creación proyecto "Sello de Confianza Audiovisual".• II Foro Alfabetización mediática. 19.11.19
INFOADEX	<ul style="list-style-type: none">• Estudios de Inversión Publicitaria en España. (Informes anuales)
MEDIASET ESPAÑA	<ul style="list-style-type: none">• Política de responsabilidad social. 2016• Código ético.
OBSERVATORIO DE CONTENIDOS TELEVISIVOS AUDIOVISUALES	<ul style="list-style-type: none">• Conclusiones Jornada CNMC-OCTA "La protección de la infancia y la juventud. La regulación en el cambiante entorno audiovisual"
OBSERVATORIO DE LA PUBLICIDAD EN ESPAÑA (Agentes sector. Varios)	<ul style="list-style-type: none">• Informes anuales del observatorio de la publicidad en España.
PWC (Consultora)	<ul style="list-style-type: none">• "La oportunidad de los contenidos de ficción en España". 30.10.2018• "Entretenimientos y medios. Perspectivas 2014-2018. España".• "Entretenimiento y medios. Perspectivas 2019-2023. España"
TELEDETODOS	<ul style="list-style-type: none">• España 2015: Diagnóstico del servicio público de radio, televisión y servicios interactivos.• Blogs Teledetodos.• Declaración en defensa de unos medios públicos veraces, libres e independientes.2019
TELEFONICA/MOVISTAR	<ul style="list-style-type: none">• La Sociedad de la Información en España 2014". Ariel.• Televidente 2.0 2016-2017. Informe público. Movistar+, ymedia, Vizeum. The cocktail analysis• Informe: "Diez años que cambiaron los medios: 2007-2017". Ariel y Fundación Telefónica en colaboración con Editorial Planeta. Estudio coordinado por Bernardo Díaz Nosty.
TELEVISION ABIERTA	<ul style="list-style-type: none">• Televisión en abierto. Contribución a la sociedad española". Deloitte.
UTECA	<ul style="list-style-type: none">• "Análisis comparativo de la televisión regional en Europa: Propuesta para España". Deloitte 2011• Informes anuales UTECA.• Informe UTECA 20 años 1998/2018.
ZENITH VIGÍA	<ul style="list-style-type: none">• Previsiones panel Zenith Vigía. 2017-2018-2019

Grupo de trabajo interministerial

Con carácter previo a la realización de la consulta pública, el día 31 de octubre de 2018, se constituyó un grupo de **trabajo interministerial** para abordar la transposición de la DSCA de manera coordinada y en estrecha colaboración con los ministerios afectados. En esta fecha, se celebró una reunión de lanzamiento de este grupo de trabajo a la que



asistieron representantes de los Departamentos Ministeriales y organismos implicados en la transposición de la DSCA en la que se solicitó que identificaran aquéllos ámbitos sobre los que deseaban contribuir, de manera que sus propuestas pudieran ser tenidas en cuenta desde el inicio de la tramitación del APL.

En concreto, a esta **reunión interministerial** acudieron representantes de los siguientes Departamentos Ministerio de Asuntos Exteriores, del Ministerio de Presidencia, Relaciones con las Cortes e Igualdad, del Ministerio de Hacienda, del ICAA (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, adscrito al Ministerio de Cultura y Deporte), de AECOSAN (Agencia española de Consumo, Seguridad alimentaria y Nutrición, adscrita al Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social), de la CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia), de la Dirección General de Política Económica (Ministerio de Economía en Empresa), y de la CRTVE.

En segundo lugar, el artículo 26.2 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, prevé la realización de una consulta pública sustanciada a través del portal web.

Consulta pública con carácter previo a la elaboración del Anteproyecto de Ley General de la Comunicación Audiovisual

La consulta pública prevista en el artículo 26.2 de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, se efectuó a través del sitio web del Ministerio de Economía y Empresa (ahora Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital) como departamento responsable de la transposición, del 21 de enero al 22 de febrero de 2019²⁴. En total, se recibieron 60 aportaciones desglosadas de la siguiente manera:

CONSULTA PÚBLICA: APORTACIONES POR SECTORES		
SECTOR	Nº APORTACIONES	Observaciones
Asociaciones u organizaciones de empresas o usuarios	39 (65%)	Desglose: <ul style="list-style-type: none">• Cine: 8• Discapacidad: 5• Alimentación y bebidas: 4• Asociación usuarios: 4• Otras asociaciones: 18
Prestadores o asociaciones de prestadores del servicio de comunicación audiovisual	14 (23%)	
Administración Pública	5 (8%)	País Vasco, Andalucía, Navarra, Asturias, Castilla-La Mancha.
Regulador audiovisual autonómico	1 (1%)	Consejo Audiovisual Andalucía
Otros	1 (1%)	
TOTAL APORTACIONES	60	

Por lo que se refiere al contenido de las aportaciones recibidas, la consulta se articuló a través de 25 preguntas para identificar temas de interés sobre este proyecto normativo

²⁴ <https://avancedigital.mineco.gob.es/es-es/Participacion/Paginas/Cerradas/modificacion-ley-72010-comunicacion-audiovisual.aspx>



(identificación de problemas a solucionar, principales novedades de la Directiva, alcance y objetivos del proyecto, y soluciones alternativas) que facilitaran a los interesados el envío de respuestas razonadas sobre la transposición de la Directiva audiovisual y cuestiones conexas.

A continuación, se describen de forma resumida las principales observaciones y propuestas, que han sido agrupadas en torno a 10 áreas temáticas, de las cuales las seis primeras se relacionan con las modificaciones a trasponer necesariamente por mandato de la Directiva, mientras que las restantes áreas temáticas se vinculan con aspectos no contemplados en la Directiva pero que convendría revisar:

1. Comunicaciones comerciales.
2. Promoción de obra audiovisual europea.
3. Accesibilidad.
4. Alfabetización mediática.
5. Servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma (SIVP).
6. Protección de menores y del público en general frente a contenidos perjudiciales o inadecuados.
7. Armonización de definiciones entre la normativa audiovisual y la del cine.
8. Competencia e incorporación al mercado de nuevos agentes.
9. El modelo de financiación de la CRTVE.
10. El régimen sancionador.

Entre estas áreas, las que han recibido mayor número de respuestas han sido las de “accesibilidad” y “competencia e incorporación al mercado de nuevos agentes” (38 respuestas), seguidas de la de “comunicaciones comerciales” y “servicios SIVP” (37), y la de “protección de menores y del público en general” (36).

APORTACIONES POR ÁREAS TEMÁTICAS
COMUNICACIONES COMERCIALES (CC). Respuestas recibidas: 37
<ul style="list-style-type: none">• Límites tiempo de emisión más flexibles: valoración general positiva, aunque algunos proponen reglas más estrictas en horario mayor audiencia.• Ampliación de las reglas cualitativas a todos los servicios de comunicación audiovisual televisivos (lineales y no lineales): valoración positiva.• Ampliar restricciones/prohibiciones a comunicaciones comerciales de juego y la relacionada con esoterismo o paraciencias.• Patrocinio: flexibilizar (en avances programa o para programas infantiles), y revisión sistema para CRTVE.
PROMOCIÓN OBRA AUDIOVISUAL EUROPEA. Respuestas recibidas: 30
<ul style="list-style-type: none">• Incluir la obligación a prestadores de servicios audiovisuales que ofrecen servicios en nuestro país sin estar establecidos en él: valoración general positiva.• Definir con claridad el nuevo régimen de exenciones previsto en la Directiva.• Rediseñar el sistema: que tenga en cuenta el modelo de negocio de los prestadores, o reducción de porcentaje de contribución, o crear modelo centralizado de Fondo Nacional gestionado por el ICAA.• Otras propuestas: cómputo de ingresos por canal, cómputo de compra derechos de emisión, o endurecer régimen sancionador.
ACCESIBILIDAD. Respuestas recibidas: 38
<ul style="list-style-type: none">• Potenciar la mejora continua y progresiva: valoración positiva de las previsiones de la Directiva, aunque hay margen de mejora.• Reforzar el papel del regulador para control de obligaciones.• Inclusión de obligaciones para todo servicio de comunicación audiovisual (no sólo a servicios de comunicación audiovisual televisivos en abierto) y a los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma (SIVP).



<ul style="list-style-type: none">• Incrementar obligaciones cuantitativas, y añadir otras cualitativas (calidad, uso de ciertas herramientas, etc.).• Otras: incluir accesibilidad a sitios web y las EPG, nuevas tecnologías, sistema de ayudas.
ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA²⁵. Respuestas recibidas: 27
<ul style="list-style-type: none">• En general, la alfabetización mediática no se promueve adecuada y coordinadamente por los diferentes prestadores de servicios. Causas: inexistencia de obligaciones concretas, y falta de claridad al identificar el organismo del Estado competente.• Propuestas: convertirla en derecho de la ciudadanía o añadir al currículo escolar.
SERVICIOS DE INTERCAMBIO DE VÍDEOS A TRAVÉS DE PLATAFORMA (SIVP). Respuestas recibidas: 37
<ul style="list-style-type: none">• Inclusión en el ámbito de aplicación de la Directiva de los SIVP: valoración positiva.• Propuestas: Alineación con la Directiva de comercio electrónico. Correcta definición de SIVP y armonizada con el resto de Estados UE. "Funcionalidad esencial" de las plataformas.
PROTECCIÓN DE LOS MENORES Y DEL PÚBLICO EN GENERAL. Respuestas recibidas: 36
<ul style="list-style-type: none">• Aplicación de normativa audiovisual a nuevos medios y nuevas formas de consumo de servicios audiovisuales: valoración positiva.• Unificar los criterios de calificación de contenidos por edades entre ICAA y CNMC.• Uso de descriptores que informen de contenidos perjudiciales para la infancia e información en pantalla por todo tipo de prestador de servicios.• Mecanismos de control parental y sistemas de verificación de edad para los servicios prestados por Internet.• Horarios de protección reforzada: ampliar horario en fin de semana para servicios de comunicación audiovisual televisivos en abierto y extenderlo a canales emitidos por IPTV en modo lineal.• Revisar/reforzar el régimen sancionador.
ARMONIZACIÓN DEFINICIONES EN NORMATIVA AUDIOVISUAL Y DE CINE
<ul style="list-style-type: none">• Armonización entre definiciones de conceptos presentes en ambas leyes (audiovisual -7/2010- y del cine -55/2007-).
COMPETENCIA E INCORPORACIÓN DE NUEVOS AGENTES. Respuestas recibidas: 38
<ul style="list-style-type: none">• Constatación general barreras de entrada el mercado audiovisual de televisión lineal en abierto (por régimen actual de licencias y duopolio en publicidad). Propuestas en este ámbito:<ul style="list-style-type: none">✓ Modificar el régimen jurídico de las licencias y la normativa de los concursos.✓ Modificar los límites relativos al pluralismo en el mercado.✓ Ampliar el número de canales por múltiple digital.✓ Modificar los regímenes de transmisión y arrendamiento de licencias.✓ Establecer obligaciones proporcionadas• Graduar las obligaciones en función del tipo de prestador.• Revisar relación entre productores y prestadores para las obligaciones de promoción de obra europea e independiente.• Revisar el mercado de difusión de canales de televisión lineal en abierto (TDT) a través de plataformas SIVP y exigir neutralidad tecnológica en el mercado cuando se obliga al prestador a ceder sus servicios audiovisuales
MODELO DE FINANCIACIÓN DE LA CRTVE. Respuestas recibidas: 17
<ul style="list-style-type: none">• Dotar de un sistema de financiación que garantice su sostenibilidad económico-financiera y le permita cumplir su misión de servicio público: consideración general.• Opciones propuestas:<ul style="list-style-type: none">✓ sistema de financiación vía Presupuestos Generales del Estado;✓ exclusión de los prestadores de servicios de comunicaciones electrónicas del modelo de financiación;✓ redefinir el modelo actual, con cambios para ajustarlo al tamaño y volumen de ingresos de los sujetos obligados;✓ admitir emisión de publicidad a RTVE para complementar sus ingresos;

²⁵ Las competencias, los conocimientos y las capacidades de comprensión que permiten a los ciudadanos utilizar con eficacia y seguridad los medios.



- ✓ extensión de la obligación de financiar RTVE a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual no establecidos en España, pero que ofrezcan sus servicios a audiencia española (igual que lo previsto para la promoción de obra europea).

RÉGIMEN SANCIONADOR. Respuestas recibidas: 23

- Inadecuación del régimen sancionador vigente: consideración general.
- Revisar cuantías (mínima y máxima) y graduación de sanciones: tener en cuenta la facturación real de prestadores, efecto disuasorio, eliminar en determinados casos umbrales mínimos y ampliar umbrales máximos para mejor modulación.
- Ampliar plazos actuales de los procedimientos sancionadores (3 meses) y que éstos sean de, al menos, 6 meses .

Notificación TRIS del anteproyecto a la Comisión Europea.

El 6 de noviembre de 2020 fue notificado a la Comisión Europea el proyecto de reglamentación técnica “Anteproyecto de Ley General de Comunicación Audiovisual”, de acuerdo a lo dispuesto en la Directiva (UE) 2015/1535, en cuanto que el Anteproyecto afecta a los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma.

En cuarto lugar, entre el 6 de noviembre y el 3 de diciembre de 2020, ambos inclusive, se ha llevado a cabo el trámite de Audiencia e información públicas, a través del portal web del Departamento según lo dispuesto en el artículo 26.6 de la Ley del Gobierno²⁶.

Audiencia e información pública del Anteproyecto de Ley General de la Comunicación Audiovisual

Se han recibido un total de 157 aportaciones entre entidades y particulares, desglosadas de la siguiente manera:

AUDIENCIA PÚBLICA: APORTACIONES POR SECTORES		
SECTOR	Nº APORTACIONES	Observaciones
Televisión en abierto.- Prestadores o asociaciones	4 (2,55%)	Mediaset, TEN, UTECA, Asociación española TDT
Televisión de pago.- Prestadores o asociaciones	2 (1,27%)	Walt Disney Iberia, CONECTA.
Televisión a petición (VoD).- Prestadores o asociaciones	4 (2,55%)	APPLE, AEVOD, HBO AT&T, Amazon Prime Video.
Televisiónes públicas. Prestadores o asociaciones	7 (4,46%)	RTVE, FORTA, Radiotelevisión de Murcia, AcademiaTV, Asociación de Emisoras Municipales y Ciudadanas de Andalucía de Radio y Televisión, Televisions Digital Independents, Xarxa Audiovisual Local
Intercambio de vídeos a través de Plataforma (SVP)	1 (0,64%)	Google-Youtube
Radio	7 (4,46%)	AERC, SER, Radio María, Logondi, Federación Aragonesa Radios Libres, Asociación Catalana de Radio, FACRAE
Telecomunicaciones/Audiovisual.- Operadores o asociaciones	8 (5,10%)	TESAU, Orange, Vodafone, Asociación de empresas de Tecnologías de la

²⁶ <https://avancedigital.mineco.gob.es/es-es/Participacion/Paginas/DetalleParticipacionPublica.aspx?k=355>

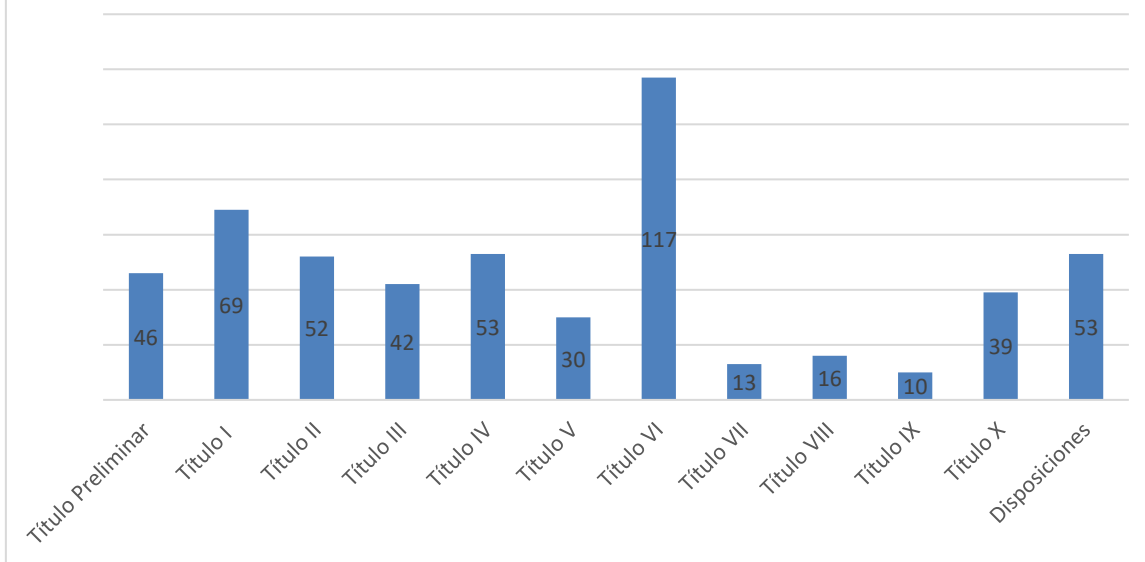


		Información, Contenidos y Electrónica, Samsung Electronics, CEOE, DigitalES, ADigital
Servicios Comunitarios	2 (1,27%)	ReMC, Asociación de Televisiones de Proximidad de Cataluña
CCAA y Reguladores Autonómicos	9 (5,73%)	Asturias, Baleares, Castilla-La Mancha, Cataluña, Galicia, País Vasco, Valencia, CAA, CAC,
Productores Audiovisuales	10 (6,37%)	CIMA, ADICINE, PROA y otros, Mediapro, Academia de Ciencias y Artes Catalana, Spain Film Commission, FECE, AIC,PATE, ALMA
Anunciantes	34 (21,66%)	De ellas, 22 relacionadas con el sector bebidas alcohólicas.
Accesibilidad	12 (7,64%)	ATRAE, CERMI, CESyA, ONCE, FIAPAS, CNSE, CNLSE, FUNCASOR, COCEMFE, FESOCA, FANS.
Consumidores.- Asociaciones y organizaciones	10 (6,37%)	AUC, ICmedia, Alfa Media, ONG Desarrollo, OCTA, Pantalla Digital, FSC-CCOO, T.Cuadra, Foro Regulación Inteligente, Red Investigadores Comunicación Comunitaria, Alternativa y Participativa
Usuarios/Particulares	31 (19,75%)	
Otros	16 (10,19%)	Liga Nacional de Futbol Profesional, SGAE, ADEPI, Universidad Carlos III Madrid, Plataforma Defensa Comunicación y Periodismo, Cámara Comercio USA, La Coalición, otros
TOTAL APORTACIONES	157	

El análisis de las aportaciones recibidas, en función del título del anteproyecto al que van referidas, entendidas aquellas como comentarios a un artículo concreto, aunque hayan sido realizadas por la misma entidad, arroja las siguientes cifras:



Aportaciones por título



Así, el título que más aportaciones ha recibido es el título VI, relativo a las obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo, seguido del título I de principios generales de la comunicación audiovisual. También han recibido un buen número de comentarios los títulos IV, relativo a la prestación del servicio de comunicación audiovisual radiofónico y sonoro a petición, las disposiciones adicionales, transitorias, derogatoria y finales, así como el título II de la prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo.

En cuanto al contenido de las aportaciones formuladas, de forma sintética, cabe reseñar:

Sobre el título preliminar, cabe destacar la solicitud de modificación de algunas definiciones, como la relativa al servicio de comunicación audiovisual radiofónico, la de programa radiofónico o la de servicio de comunicación audiovisual de acceso condicional. También destaca la solicitud de aclarar el tipo de obligaciones de promoción de obra europea para prestadores que estando establecidos en otro Estado miembro dirija sus servicios al mercado español.

Respecto al título I, destacan las peticiones de reforzar conceptualmente el artículo relativo a la igualdad de género, restringir el artículo sobre veracidad de información a noticiarios y programas de contenido informativo, fortalecer y concretar las medidas de alfabetización mediática y hacer compatible el fomento de medidas de conciliación con la libertad de empresa de los prestadores.

En relación al título II, sobresalen las peticiones de unificación de plazos en los concursos de licencias, eliminar la referencia a explotación "directa" de la licencia ya que se permite la transmisión y arrendamiento, dar mayor seguridad jurídica a los supuestos de modificación de las condiciones de la licencia, o eliminar de la publicidad del régimen de propiedad determinados contenidos que no guardan relación con el título del artículo.

Sobre el título III, algunas de las aportaciones consideran extensa la legislación básica, también se pide la inclusión explícita del valor de la igualdad en la misión y principios de



funcionamiento del servicio público o modificar determinada terminología que no tiene un adecuado encaje en la normativa autonómica actual.

Por lo que respecta al título IV, es importante destacar aquellas aportaciones que ponían de manifiesto la falta de definición expresa de la naturaleza y régimen jurídico de los servicios de comunicación radiofónicos y sonoro a petición, que podría suponer cierto vacío legal, así como las propuestas para completar y dar mayor concreción a las obligaciones en el ámbito de la protección de menores frente a contenidos perjudiciales, o para adaptar algunos límites previstos para tv sobre comunicaciones comerciales a las características y naturaleza propias del medio radio.

Respecto al título V que incorpora en el ámbito de aplicación de la normativa audiovisual lo servicios de intercambio de video a través de plataforma, se han recibido alegaciones respecto al ámbito de la protección del menor en relación con el tratamiento de datos, o la unificación criterios o sistemas de calificación de contenidos.

Sobre las alegaciones al título VI, que recoge las obligaciones de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual, destacan las siguientes contribuciones en cada uno de los ámbitos:

- Menores (capítulo I): adaptar a la normativa de protección de datos española, tener en cuenta a los organismos de las Comunidades Autónomas con competencias, recuperar el modelo de franjas de protección reforzada presente en la actual ley 7/2010.
- Accesibilidad (capítulo II): En general, las organizaciones que agrupan a personas con discapacidad han solicitado incorporar requerimientos de calidad de los servicios de accesibilidad, y participar en la mejora continua de la obligación. También particularizar que la obligación de mantener la accesibilidad requiere de formatos interoperables. Por último, a la vista de las obligaciones, incluir un régimen transitorio para alcanzar los nuevos requerimientos.
- Promoción de obra europea (capítulo III): Restringir la ruptura del principio de país de origen tan solo en la obligación de financiación, incorporar todas las exenciones presentes en la DSCA, recuperar flexibilizaciones presentes en la normativa actual, o revisar las subcuotas de inversión, modificar la definición de productor independiente. Asimismo, dada la carga que supone esta obligación el sector ha reclamado el diseño de un régimen transitorio, ya que son inversiones estratégicas a largo plazo.
- Comunicaciones comerciales (capítulo IV): Adaptarse a lo que se establece en la DSCA, flexibilizar la telepromoción, suprimir condicionantes para la difusión de anuncios benéficos.

En relación a las contribuciones realizadas al título VII, relativo a los derechos exclusivos y el catálogo de eventos de interés general, destacar aquellas relativas a precisar la tipología de programas donde poder emitir los resúmenes informativos, o aquellas que cuestionaban la propia permanencia de un catálogo de acontecimientos de interés general a la vista del desarrollo del mercado audiovisual.

Respecto al título VIII, destaca la solicitud de inclusión en el Plan trienal de ordenación e impulso del sector audiovisual tanto de las obras audiovisuales de productores independientes como de las obras audiovisuales dirigidas o creadas exclusivamente por



mujeres. También se solicita que se incluya en dicho plan el fomento de las actividades de alfabetización mediática.

Sobre el título IX, cabe destacar la demanda de que dicho título no tenga carácter básico al referirse únicamente a autoridades estatales.

En relación con el título X, sobre el régimen sancionador, resulta oportuno resaltar las propuestas para mantener la exención de responsabilidad establecida en el artículo 61.2 de la vigente LGCA, completar el cuadro de infracciones conforme a las nuevas obligaciones introducidas en el anteproyecto, o el refuerzo de las medidas de supervisión, inspección y sanción a adoptar por las autoridades audiovisuales competentes. También pueden destacarse las solicitudes para lograr un mayor equilibrio y proporcionalidad en la cuantía de las multas, la petición de introducir sanciones accesorias, o las observaciones para modificar parcialmente y completar el listado de criterios para la graduación de las sanciones.

En el anexo 5 de este documento se ha incorporado la tabla de análisis de las observaciones.

Informe de la CNMC. Artículo 5.2.a) Ley 3/2013, de 4 de junio. Recibido el 19.12.20. En el anexo 6 se recoge una tabla con las observaciones recibidas y su correspondiente valoración.

Acuerdo Consejo de Ministros de 29 de diciembre de 2020 por el que ~~seo por el que~~ se autoriza la tramitación administrativa urgente prevista en el artículo 27.1.a) de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, del Anteproyecto de Ley General de Comunicación Audiovisual

En fecha 29.12.2020 se acordó la tramitación administrativa de urgencia del APL debido a que la Directiva (UE) 2018/1808, en su artículo 2.1, establece que los Estados miembros adoptarán y publicarán a más tardar el 19 de septiembre de 2020 las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas necesarias para dar cumplimiento a lo establecido en la Directiva, y comunicarán inmediatamente a la Comisión Europea el texto de dichas disposiciones. Ante el incumplimiento de dichas obligaciones, superándose la fecha de transposición, se recibió carta de emplazamiento de la Comisión Europea el 20 de noviembre de 2020. Por todo lo anterior, mediante la autorización de tramitación administrativa urgente, se pretende acelerar la tramitación de esta norma con la mayor urgencia posible.

Informes que faltan por recabar:

- Informe de la Oficina de Coordinación y Calidad Normativa, dependiente de la Subsecretaría del Ministerio de la Presidencia. Artículo 7 del Real Decreto 1081/2017, de 29 de diciembre.
- Informe de las de los departamentos co-proponentes. En el presente caso serán Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital y el Ministerio de Cultura y Deporte.
- Informe de los departamentos ministeriales y otros organismos públicos interesados;
 - Ministerio de la Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática.
 - Ministerio de Sanidad.



- Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030. Consejo Nacional de la Discapacidad
- Ministerio de Consumo. Consejo de Consumidores y Usuarios
- Ministerio de Igualdad.
- Ministerio de Hacienda.
- Ministerio de Justicia
- Oficina Calidad y Coordinación Normativa.
- Agencia Española de Protección de Datos
- Consejo Económico y Social
- Informe del Ministerio de Política Territorial y Función Pública por afectar a competencias autonómicas (Dirección General de Régimen Jurídico Autonómico y Local), por afectar a la organización administrativa de la Administración General del Estado, a su régimen de personal, a los procedimientos y a la inspección de los servicios, informe de aprobación previa de la Dirección General de Gobernanza Pública, todo ello en virtud de lo previsto en el Real Decreto 863/2018, de 13 de julio, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Política Territorial y Función Pública.
- Dictamen del Consejo de Estado, por dictarse en ejecución derecho comunitario (artículo 21.2 de la Ley Orgánica 3/1980, de 22 de abril, del Consejo de Estado).
- La propuesta se someterá a la CGSEyS y se elevará al Consejo de Ministros para su aprobación y su remisión al Congreso de los Diputados o, en su caso, al Senado, acompañándolo de una Exposición de Motivos y de la documentación propia del procedimiento de elaboración a que se refieren las letras b) y d) del artículo 7 de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, que prevén que deben publicarse los anteproyectos de ley, así como las memorias e informes que conformen los expedientes de elaboración de los textos normativos, cuando se soliciten dictámenes a los órganos consultivos correspondientes o, en caso de no ser preceptivo ningún dictamen, en el momento de la aprobación.

3 ADECUACIÓN DE LA NORMA AL ORDEN DE DISTRIBUCIÓN DE COMPETENCIAS

- **Análisis de los títulos competenciales: identificación del título prevalente.**

El artículo 149.1. 27ª de la Constitución Española establece que corresponde al Estado la competencia para dictar las “*normas básicas del régimen de prensa, radio y televisión y, en general, de todos los medios de comunicación social, sin perjuicio de las facultades que en su desarrollo y ejecución correspondan a las Comunidades Autónomas*”.

De manera complementaria, el artículo 149.1. 21ª CE atribuye al Estado la competencia exclusiva en materia de telecomunicaciones, lo que engloba la ordenación del dominio público radioeléctrico empleado por el servicio soporte de los servicios de comunicación audiovisual prestados mediante ondas hertzianas terrestres.

Sobre esta materia se ha pronunciado el Tribunal Constitucional en su Sentencia 26/1982, de 24 de mayo, sobre conflicto planteado por el Estado contra los Decretos 82/1981, de 10 de abril, que prórroga el plazo establecido en el Decreto de la Generalitat de Cataluña 175/1980, de 3 de octubre, para la resolución de las solicitudes de concesión de emisoras en frecuencia modulada relativas a la primera fase del Plan Técnico Transitorio de Radiodifusión Sonora en ondas métricas de frecuencia modulada, y 83/1981, de 13 de



abril, que desarrolla la segunda fase de dicho Plan Técnico; en su Sentencia 244/1993, de 15 de junio, sobre conflicto planteado por el Gobierno Vasco contra el Real Decreto 1.201/1986, de 6 de junio, por el que se regula el procedimiento para la obtención de autorizaciones administrativas para la instalación y funcionamiento de las instalaciones radioeléctricas receptoras de programas de televisión transmitidos por satélite de telecomunicaciones del servicio fijo por satélite, y frente a la Orden, de 30 de diciembre de 1986, por la que se desarrolla el Decreto precitado; y en su **Sentencia 78/2017, de 22 de junio de 2017**, en recurso de inconstitucionalidad de la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de Comunicación Audiovisual de Cataluña.

De lo señalado en dichas sentencias se concluye que el artículo 149.1. 27ª de la Constitución Española permite la articulación de un régimen de competencias compartidas entre el Estado y la Comunidad Autónoma según el cual corresponde al Estado dictar las normas básicas, asumiendo la Comunidad Autónoma competencias de desarrollo legislativo que, en todo caso, habrán de respetar aquella normativa básica.

Este APL se dicta en su mayor parte como normativa básica al amparo del citado el título competencial del artículo 149.1.27ª. No obstante, el título VIII, Política audiovisual, constituye normativa estatal únicamente, no vinculando a la normativa autonómica de desarrollo en el ámbito audiovisual.

Asimismo, en determinadas materias se adicionan otros títulos competenciales, que se detallan a continuación:

- Los artículos 4 a 8 constituyen regulación de las condiciones básicas que garantizan la igualdad de todos los españoles en el ejercicio de los derechos y el cumplimiento de los deberes constitucionales, de acuerdo con el artículo 149.1. 1.ª CE.
- Los artículos relacionados con comunicación comercial audiovisual nociva para la salud se dictan al amparo del 149.1. 16ª CE.
- El título V (*Prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma*) se dicta al amparo de los artículos 149.1. 6ª, 8ª y 21ª CE.
- La disposición final primera (*Modificación de la Ley 3/2013, de 3 de junio, de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia*) se dicta al amparo del 149.1. 13ª y 27ª CE.

- **Análisis de las cuestiones competenciales más relevantes que suscita el proyecto**

La LGCA conjuntamente con la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) y la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, establecen una distribución competencial en materia de los servicios de comunicación audiovisual que no pretende modificarse por el presente Anteproyecto de ley.

Por lo tanto, las competencias de que gozan el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, autoridad audiovisual estatal competente, y la CNMC, autoridad reguladora nacional de ámbito estatal no sufren variación.

En relación con las nuevas funciones que se deben asumir para supervisar a los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, regulados ex novo por medio de este proyecto normativo, éstas se distribuyen entre estos ministerios y organismos siguiendo el patrón de los servicios de comunicación audiovisual. De esta manera, corresponden al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital funciones tales como la



llevar a cabo el registro de estos prestadores, y a la CNMC, entre otros, el control del cumplimiento de las obligaciones impuestas para hacer efectivos los derechos del menor y de las personas con discapacidad, y supervisar la adecuación de los contenidos al ordenamiento vigente.

Más allá de la distribución de competencias entre ministerios y organismos, la modificación de la DSCA exige llevar a cabo la designación de las autoridades audiovisuales competentes estatales y la autoridad reguladora nacional. La norma proyectada establece que las autoridades audiovisuales competentes estatales son el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital y la CNMC, y que la autoridad reguladora nacional de ámbito estatal es la CNMC. En consecuencia, es la CNMC quién se integra en el Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA), al que el artículo 30 ter de la DSCA da carta de naturaleza al acordar su establecimiento y definir sus cometidos.

La nueva redacción dada al artículo 30 de la DSCA establece una serie de requisitos para salvaguardar la independencia de las autoridades reguladoras nacionales en términos de autonomía de funcionamiento, nombramientos y ceses o disponibilidad de recursos humanos y financieros, a los que se da cumplimiento con las vigentes disposiciones de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. En el anexo 2 se incluye tabla con el detalle de los artículos de dicha Ley que permiten acreditar el cumplimiento de cada uno de estos requisitos.

4 IMPACTO ECONÓMICO Y PRESUPUESTARIO

A. Impacto económico general

1. Efectos en los precios de los servicios.

Hay **dos tipos de precios minoristas** a tener en cuenta con el presente Anteproyecto: (1) tarifas minoristas de los servicios de comunicación audiovisual de aquellos servicios de pago; es decir, las cuotas mensuales o anuales, que afrontan los usuarios del servicio de comunicación audiovisual para poder disfrutar de dichos servicios; y (2) tarifas minoristas publicitarias de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual o del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma. Estas tarifas suponen la principal fuente de ingresos en los servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales en abierto, aunque también están presente en servicios e comunicación audiovisual televisivos lineales de pago.

El APL no adopta de forma directa medidas que establezcan ningún tipo de tarifas o precios minoristas de los servicios, así como tampoco la actualización de los mismos mediante la referencia a un índice.

En cuanto al **potencial impacto indirecto en los precios**, el coste para los prestadores del servicio afectado, de cumplir con las obligaciones de adoptar medidas de protección de menores o del público en general, resulta marginal en el conjunto de costes del desarrollo de su actividad y, por lo tanto, no debiera tener efecto en los precios del servicio.

Por su parte, las exigencias en materia de **alfabetización mediática o de accesibilidad** tampoco tienen un impacto apreciable en los precios de los usuarios finales. Es más, aunque las disposiciones adoptadas pueden conllevar un coste a los prestadores, se presupone que:



- a) Refuerzan su imagen de marca o de compromiso con la sociedad a través de la promoción de la alfabetización mediática.
- b) En el caso de la accesibilidad, se aumenta el mercado de usuarios al que acceden, y con ello el share.

El esfuerzo económico dedicado a **promover la presencia de obras audiovisuales europeas** tanto en la difusión de contenidos de forma lineal como en los catálogos de servicios a petición, incluyendo la producción de obras en lenguas cooficiales en España y de productores independientes, así como la obligación de destinar un porcentaje de sus ingresos a la financiación anticipada de obras europeas, ya está presente en la Ley vigente. Aunque hay algunos ajustes en estas medidas, tales como la extensión de la obligación de financiación a prestadores establecidos en otros EEMM que ofrezcan sus servicios en España, o la exclusión de esta obligación a prestadores con bajo volumen de negocio o baja audiencia, son de calado insuficiente como para que puedan repercutir en los precios de los servicios.

Por otro lado, algunas **modificaciones que afectan a las comunicaciones comerciales** tales la mayor flexibilidad horaria para la inserción de publicidad en los servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales, así como la mejor protección a la integridad de los contenidos audiovisuales impidiendo sobreimpresiones comerciales, podrían contribuir a una reducción de los precios motivada por el incremento de ingresos derivado de la mayor flexibilidad y protección de los servicios audiovisuales frente a su modificación por terceros. Ahora bien, al igual que sucede con las modificaciones de signo contrario referidas con anterioridad, dicho impacto en precios se considera despreciable y de imposible cuantificación precisa.

En este ámbito, el nuevo régimen previsto para las comunicaciones comerciales relativas a los juegos de azar aconseja analizar el posible impacto económico de las limitaciones publicitarias:

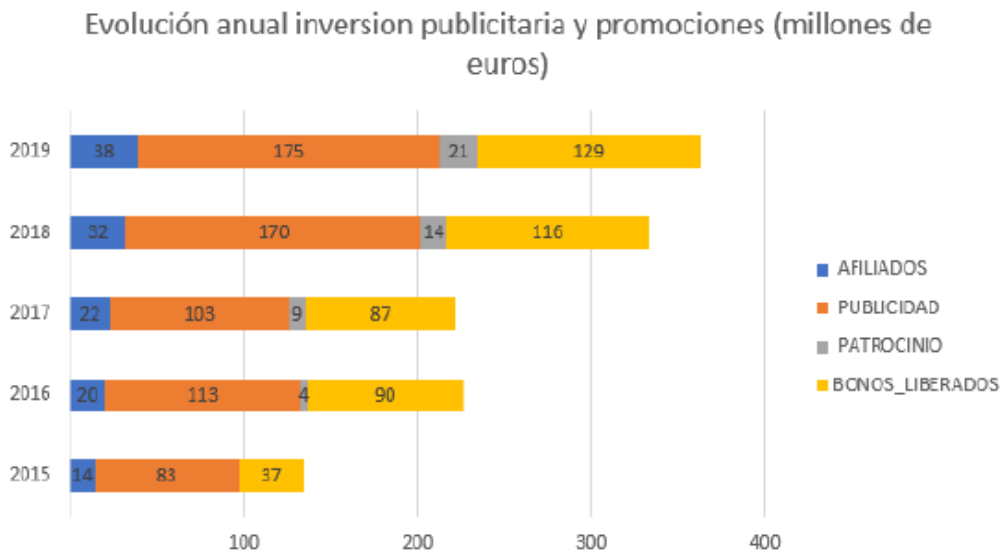
- En primer lugar, según datos de Infoadex, el porcentaje de la inversión publicitaria total que corresponde a la publicidad de juego no ha variado excesivamente en estos últimos años, manteniéndose en torno al 3%²⁷. Por lo que, desde esta perspectiva, el posible impacto pudiera considerarse como mínimo.
- En cambio, el posible impacto de las restricciones horarias previstas en el APL (que limita notablemente las franjas horarias fijadas en el Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego de 2012) sobre el mercado publicitario del juego será previsiblemente muy significativo por varias razones:
 - La restricción horaria general sería mayor (se pasaría de 22:00 a 6:00 a una franja horaria comprendida entre las 1:00 y las 5:00)
 - Esa restricción sería aplicable a todo tipo de servicio de comunicación audiovisual (lineal y a petición) y a los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma.

Conforme a datos de la Dirección General de Ordenación del Juego, desde 2015, la inversión publicitaria de las actividades de juego de ámbito estatal sin contar loterías se ha casi triplicado, en paralelo con el incremento significativo de operadores con licencia (de 49 sociedades a principios de 2017, a 80 en la actualidad). En concreto, la inversión

²⁷ Así, según datos de INFOADEX, el porcentaje con respecto al total de la inversión publicitaria del sector del juego y las apuestas ha sido del 3% para 2014, 3,2% para 2015, para 2016 3,7%, para 2017 3,3%, para 2018 3 % y para 2019 aproximadamente un 3,2%.



publicitaria, excluyendo los bonos, ha pasado de un total de 97 millones € (en 2015) a 234 m. €, tal como puede observarse en el siguiente cuadro:



Fuente: Mercado de juego online de ámbito estatal (DGOJ)²⁸

2. Efectos en la productividad

Las medidas identificadas en el apartado anterior sobre el efecto en los precios pueden igualmente tener un ligero impacto en la productividad. Se trataría, en todo caso, de un impacto menor, no sólo por lo reducido de las magnitudes sino también porque hay medidas que contribuyen a su incremento y otras a su decremento, que se compensan entre ellas.

Asimismo, muchas de las obligaciones impuestas a los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma son medidas que de forma voluntaria ya han ido incorporando progresivamente a sus servicios (calificación, edad mínima, moderación de contenidos), y las que se introducen ex novo tan sólo supondrán modificación o adaptación de las herramientas internas de dichos prestadores y, por tanto, se prevé que tengan un impacto menor.

El APL tendrá, en conclusión, un impacto neutral o al menos no relevante sobre la productividad de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual o del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.

3. Efectos en el empleo

En principio, las disposiciones contenidas en el APL no debieran afectar o alterar de modo significativo los puestos de trabajo de los prestadores. Sin embargo, las exigencias en materia de alfabetización mediática a todos los agentes del mercado, o aquellas obligaciones impuestas a los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma podrían suponer un **ligero aumento del empleo en el sector**, aunque sin impacto apreciable.

²⁸ <https://www.ordenacionjuego.es/es/mercado-juego-online-estatal>



En consecuencia, las medidas tendrán por tanto un efecto neutral o al menos no relevante sobre el empleo de los prestadores impactados por el APL.

A pesar de lo anterior, en sectores económicos adyacentes, como el dedicado a la producción audiovisual, o el de la distribución pueda **tener algún efecto positivo**, pues se fomenta la producción de la industria de producción de contenidos audiovisuales. Conforme a ciertas estimaciones hechas en los medios, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición como *Netflix* o *Disney* + tendrían proyectado invertir unos 7.800 Millones de dólares²⁹ en la producción de contenidos originales para sus servicios, y hay que tener en cuenta que el mercado audiovisual español puede ser puerta de entrada al mercado de América latina.

4. Efectos sobre la innovación

La innovación en el ámbito de los servicios de comunicación audiovisual se puede ver lastrada, entre otros factores, por algunas incertidumbres regulatorias de la vigente LGCA, así como por la existencia de un marco de derechos y obligaciones que trata de forma muy diferente a agentes que, a pesar de competir por una misma audiencia dentro del mercado de los contenidos audiovisuales, difieren en la naturaleza de los servicios que prestan o en el lugar en que están establecidos.

La **norma proyectada supone una importante mejora en la seguridad jurídica**, dando certidumbre sobre ámbitos que la LGCA en vigor, por ser una ley aprobada en 2010, no atendía adecuadamente. A este respecto, y en su mayor parte como consecuencia de la transposición de las modificaciones introducidas en la DSCA, el APL precisa y actualiza las medidas de protección a los menores y al público en general, a la vez que flexibiliza y actualiza la regulación de las comunicaciones comerciales, en especial en lo relativo a sus límites cuantitativos en las emisiones de televisión, así como el uso del emplazamiento de producto y los anuncios publicitarios y la televenta aislada. **Todo ello contribuye a estimular la innovación.**

El impacto positivo en la innovación **también proviene de la equiparación que se produce entre agentes que con la LGCA en vigor estaban sometidos a diferentes regulaciones.** Así, tanto el acercamiento entre los servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales y los servicios de comunicación audiovisual televisivos a petición en cuanto a la protección de menores y del público en general o en materia de publicidad, como la incorporación a la LGCA de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, incluyendo a las redes sociales que encajen en esta definición, **contribuyen a crear unas condiciones competitivas más justas y equilibradas favoreciendo con ello la innovación.**

Se concluye, por tanto, que las medidas tendrán un efecto positivo sobre la innovación.

5. Efectos sobre los consumidores

En materia económica, las disposiciones contenidas en el APL no tendrán impactos en los consumidores. El principal objetivo tanto de los cambios introducidos en la propia DSCA como los ahora incluidos en la transposición de estas medidas a la futura Ley Audiovisual

²⁹ <https://wccftech.com/we-arent-in-a-streaming-bubble-but-netflix-is-still-overvalued/>
<https://www.economista.es/mercados-cotizaciones/noticias/9960309/06/19/Netflix-Disney-La-guerra-del-streaming-tambien-se-libra-en-bolsa.html>



es lograr un mayor grado de protección de los usuarios y generar una mayor confianza de los usuarios de los servicios de comunicación audiovisual.

En primer lugar, se amplían los supuestos de protección de los usuarios frente al acceso a contenidos audiovisuales que inciten a la violencia, al odio o a la discriminación, y, además, se incluye la prohibición de emitir contenidos que fomenten el terrorismo o que inciten a la comisión de actos de terrorismo. Especial mención merece el incremento de la protección de los menores en el caso de los servicios de comunicación audiovisual a petición, puesto que se ve equiparada a los servicios lineales, al tener que cumplir requisitos de calificación de contenidos y control de verificación de edad.

Por otro lado, la incorporación en el APL de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, y las redes sociales que encajen en esta definición, supone extender a este ámbito medidas de protección de los consumidores y usuarios que, con la ley vigente, exclusivamente aplican a los servicios de comunicación audiovisual televisivos.

La publicidad sobre el tabaco se ve ampliada a los cigarrillos electrónicos y sus envases de recarga, y en programas infantiles se limitan las comunicaciones comerciales sobre alimentos y bebidas de los que se desaconseja una ingesta excesiva.

Los consumidores/espectadores también se ven beneficiados de las medidas que se incluyen en materia de alfabetización mediática, ya que se potenciará su comprensión para utilizar con eficacia y seguridad los medios. Asimismo, las personas con discapacidad podrán mejorar su experiencia al consumir contenidos audiovisuales pues con las nuevas obligaciones en materia de accesibilidad se incrementa la oferta accesible.

Desde otra perspectiva, la mejora en la seguridad jurídica y el avance hacia un marco regulatorio más equilibrado contribuirá sin duda a que aumente la oferta de servicios y contenidos audiovisuales, incrementándose con ello la capacidad de elección de los consumidores. **Las medidas tendrán, por tanto, un notable efecto positivo sobre los consumidores.**

Finalmente, resulta necesario subrayar **la destacada dimensión social que tendrán esos efectos positivos sobre los consumidores y sobre la población general**, dados los índices de penetración de la televisión y la radio dentro de los medios de comunicación. De acuerdo con un Informe de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) de 2020³⁰, la televisión tiene el mayor índice de penetración de los medios (85,3%), por encima de internet (79,9%) y de la radio (56,9%). Para una aproximación más detallada, se reproducen en el siguiente cuadro más datos contenidos en el mencionado informe de AIMC.

PENETRACIÓN DE LOS MEDIOS EN ESPAÑA - 2019

% Horizontales

	Población (000)	Diarios	Suplementos	Revistas	Radio	Televisión	Cine	Internet	Exterior
TOTAL	40.288	21,7	7,0	29,4	56,9	85,4	4,6	79,9	81,3

³⁰ Marco General de los Medios en España (2020). <https://www.aimc.es/otros-estudios-trabajos/marco-general/descarga-marco-general/>



EDAD									
14 a 19	2.806	11,4	4,5	28,0	48,3	79,3	8,4	95,0	89,3
20 a 24	2.265	14,5	4,9	29,6	52,3	78,9	9,8	96,5	89,0
25 a 34	5.271	17,6	5,5	30,4	57,1	79,2	7,1	96,0	88,7
35 a 44	7.379	21,4	6,4	31,0	64,2	81,0	4,8	94,8	87,1
45 a 54	7.420	25,5	7,9	31,2	64,4	86,0	3,9	89,1	83,5
55 a 64	6.059	26,5	8,6	30,1	59,3	90,2	3,2	78,5	78,7
65 o más	9.087	22,9	8,0	25,8	46,9	92,6	2,1	43,2	67,6
Edad Promedio (Años)	48,4	51,1	51,6	47,5	47,6	49,6	39,4	43,9	46,6
ACTIVIDAD ACTUAL									
Trabaja	19.369	24,3	7,2	31,6	65,2	82,7	5,3	92,4	85,8
No Trabaja	20.919	19,2	6,8	27,3	49,2	88,0	4,0	68,4	77,0

6. Efectos en relación con la economía europea y otras economías

Las medidas contenidas en el APL tendrán un efecto positivo en relación con la economía europea, al favorecer la **convergencia en las condiciones de prestación de los servicios de comunicación audiovisual y de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma**. Asimismo, la norma proyectada facilitará la provisión de servicios de comunicación audiovisual transfronterizos entre Estados miembros, y estimulará la internacionalización de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual.

Dado que con el APL se transpone al ordenamiento jurídico nacional la modificación de la DSCA, que tiene entre sus objetivos el impulso al mercado interior, éste contribuye igualmente a este objetivo. Destaca a este respecto la mantener como pilar de la normativa el principio de país de origen en la provisión de servicios de comunicación audiovisual, según el cual como regla general basta con cumplir con los requisitos exigidos por el Estado miembro en el que un prestador está establecido, para prestar sus servicios en toda la UE (*todos los Estados deben trasponer la Directiva Audiovisual, lo que supone un mínimo común normativo*).

Esta facilidad para la prestación de servicios de comunicación audiovisual en el ámbito de la UE, con lo que ello conlleva de reducción de las cargas administrativas para los prestadores que ofrecen servicios en varios países, junto con la aproximación de las legislaciones, que ya estaba operativa para los servicios de comunicación audiovisual, se ve ampliada a los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma (incluyendo los medios sociales o redes sociales que encajen en la definición de estos servicios).

Finalmente, también tienen un importante efecto positivo en la economía europea las medidas específicas de promoción de las obras audiovisuales europeas, ya que facilitarán tanto la financiación de la producción de obras europeas, como la circulación y distribución de obras entre Estados miembros. Como se puede ver en el anexo 5 dedicado a realizar un análisis económico de la nueva obligación de promoción de obra europea, ésta tendrá un efecto positivo en la industria europea de contenidos audiovisuales.

7. Efectos sobre las PYME

En el artículo 2 del Anexo de la Recomendación de la Comisión de 6 de mayo de 2003 sobre la definición de microempresas, pequeñas y medianas empresas³¹ se establece una definición del concepto Pequeña y Mediana Empresa (PYME), que, posteriormente, se recoge también en el artículo 2 del Anexo I del Reglamento (UE) 651/2014 de la Comisión de 17 de junio de 2014 por el que se declaran determinadas categorías de ayudas

³¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32003H0361&from=ES>



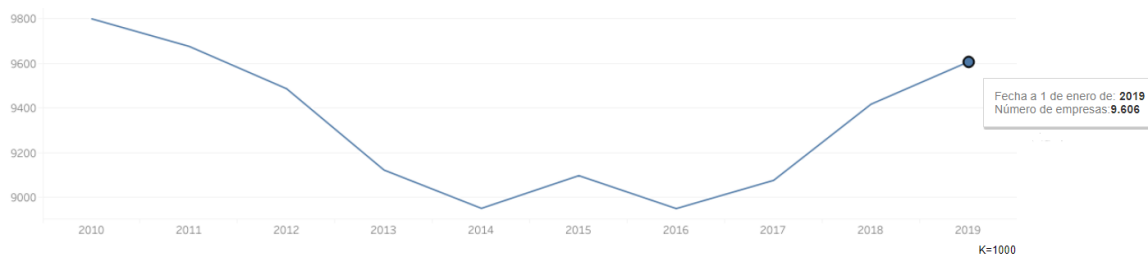
compatibles con el mercado interior en aplicación de los artículos 107 y 108 del Tratado. En particular, la definición de PYME es la siguiente:

“1. La categoría de microempresas, pequeñas y medianas empresas (PYME) está constituida por las empresas que ocupan a menos de 250 personas y cuyo volumen de negocios anual no excede de 50 millones EUR o cuyo balance general anual no excede de 43 millones EUR.”

Con la anterior definición la gran mayoría del tejido productivo audiovisual en el mercado audiovisual español puede estar incluido dentro de la categoría PYME, puesto que, de acuerdo con los datos públicos del Instituto Nacional de Estadística, el número de empresas dedicadas a las actividades ascendería a 9.606 en 2019³².

Número de empresas

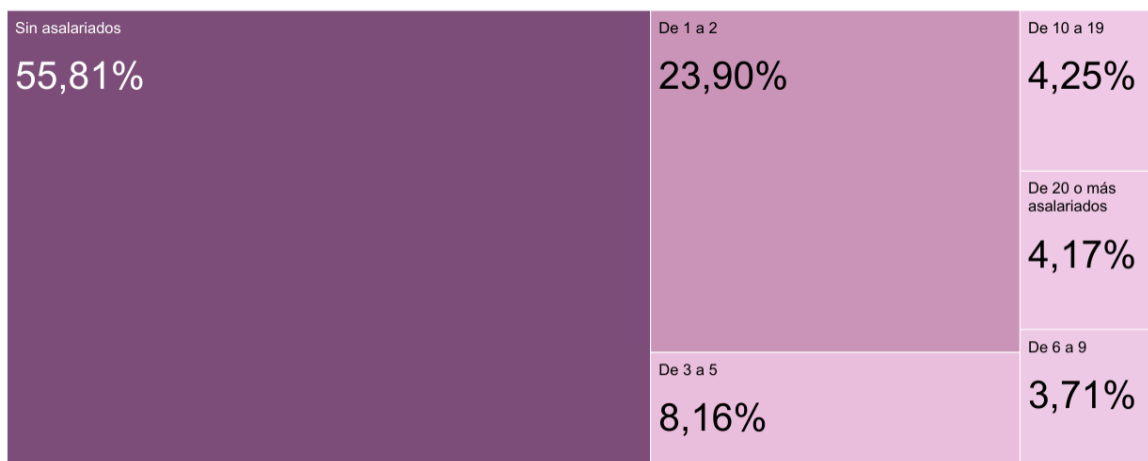
Actividad: Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical & Actividades de programación y emisión de radio y televisión
Comunidades y Ciudades Autónomas: Todo
Estrato de asalariados: Todo



Conforme al número de asalariados, el total de empresas se distribuye conforme a la siguiente clasificación:

Número de empresas según estrato de asalariados a 1 de enero de 2019 (%)

Actividad: Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical & Actividades de programación y emisión de radio y televisión
Comunidades y Ciudades Autónomas: Todo



Por tanto, por volumen de empleados la mayoría de las entidades que se encuentran en el mercado audiovisual puede ser considerada PYME y es importante analizar los efectos de la normativa propuesta sobre esta tipología de empresa.

En general, las obligaciones que se imponen en el APL tienen un impacto reducido en la economía de las PYMES. Una de las primeras obligaciones, la comunicación previa al inicio de actividad o las modificaciones de las inscripciones en el Registro, tendrán un coste

³² https://public.tableau.com/views/CCAA_4/Dashboard1?:showVizHome=no&embed=true



reducido debido a que se realizarán a través de medios electrónicos conforme a lo establecido en la Ley 39/2015, de 1 de octubre.

Por otra parte, cabe destacar la obligación de financiación anticipada en la producción de obra audiovisual europea, ya que se traduce en la necesidad de que parte de los ingresos de los prestadores se destinen a producir contenidos audiovisuales o a la compra de derechos de emisión de obras. En este sentido, merece la pena destacar que, conforme al Anuario del Cine de 2018³³ publicado por el Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA), **el coste medio de producción de un largometraje en España alcanzó los 2,79 M€, cifra difícilmente asumible por las pequeñas empresas.** Por ello, en línea con las directrices que se marcan desde Europa **se ha diseñado una obligación de financiación anticipada de obra europea más adaptada a la realidad del mercado audiovisual español, y que no perjudica a las pequeñas y medianas empresas.** En concreto, el nuevo diseño, tiene las siguientes ventajas: (a) permite competir a todo tipo de empresas porque la obligación se diseña en función de los ingresos, no de la emisión de un tipo particular de contenidos, por lo que todos podrán emitir contenidos similares; (b) es flexible, y permite a las empresas de nueva creación entrar al mercado sin someterlas a barreras de entrada muy elevadas.

8. Efectos en la competencia en el mercado

El escenario audiovisual actual se caracteriza por la convergencia entre los servicios tradicionales de televisión a través de ondas hertzianas terrestres y aquellos distribuidos vía Internet. El mercado de servicios de comunicación audiovisual en España sigue dominado por la radiodifusión televisiva, de manera que la TDT mantiene su relevancia con elevadas ratios de audiencia, ingresos publicitarios y con una importante inversión en contenidos. No obstante, la televisión de acceso condicional en España, a través de los diferentes modelos de negocio, ha crecido de manera importante en términos de abonados, pasando de 4,4 millones a finales de 2009 a 6,8 millones a finales del segundo trimestre de 2019 conforme a los datos hechos públicos por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia³⁴.

En los últimos años destaca igualmente el éxito de los servicios de comunicación audiovisual a petición de pago para ver contenidos audiovisuales online, alcanzando una penetración del 37% de los hogares con acceso a Internet, y destacando los servicios ofrecidos por Netflix, HBO, DAZN y Amazon Prime Video conforme a los datos del Panel de hogares correspondiente al primer semestre de 2019, elaborado por la CNMC³⁵.

Asimismo, de los seis servicios de comunicación audiovisual de acceso condicional a petición de mayor éxito, tres no están establecidas en España, sino en otros EEMM.

³³ <http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:1f6aaf21-a5d1-474d-af79-c2199bdcbfac/boletin-2018.pdf>

³⁴ http://data.cnmec.es/datagraph/files/NotaPrensa_IIT2019.pdf

³⁵ <http://data.cnmec.es/datagraph/>

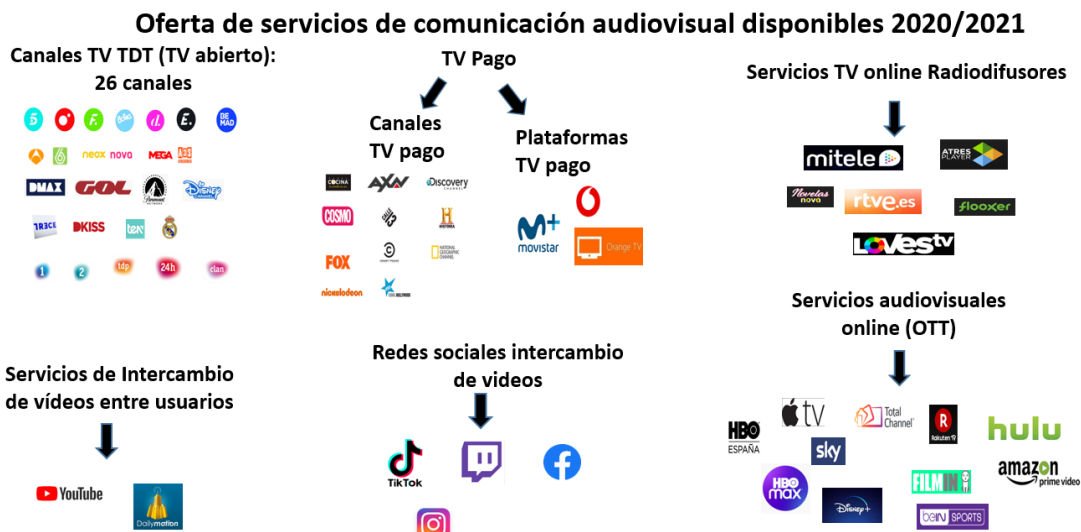


Figura 1. Servicios disponibles en el mercado audiovisual español 2020/2021.

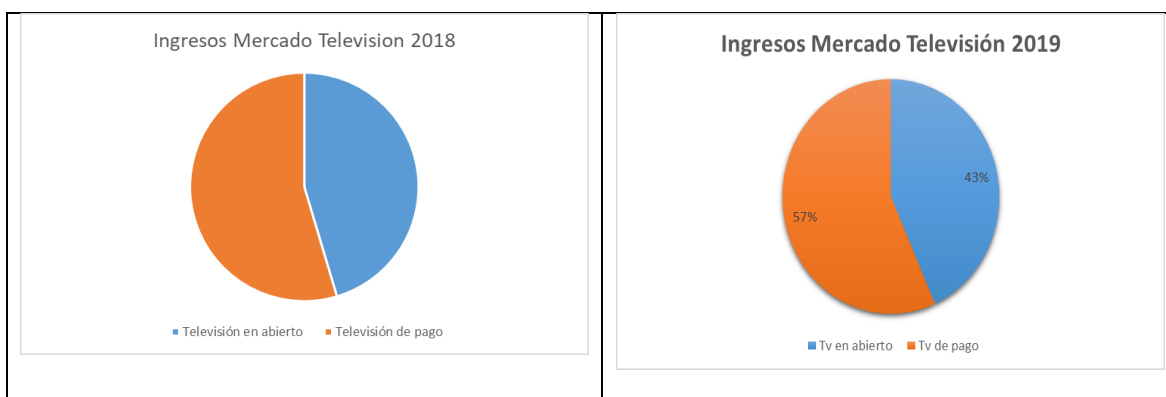


Figura 2. Distribución de los Ingresos en los años 2018 y 2019 entre los servicios de comunicación audiovisual televisivos de pago y en abierto

Según la Comisión Europea las empresas de radiodifusión televisiva europeas invierten alrededor del 20% de su volumen de negocios en la producción de contenidos originales y los prestadores de servicios audiovisuales a la carta menos del 1 %.

Por último, se observa una fuerte implantación en el mercado audiovisual español de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma donde los contenidos son generados por los propios usuarios. Según datos del Panel de Hogares que publica la CNMC³⁶, y en particular de los datos de la primera oleada de 2018, más del 50% de los usuarios reconoce su uso para disfrutar de contenido audiovisual a través de YouTube.

Se prevé que las medidas contenidas en el APL tengan un efecto positivo en la competencia en el mercado de provisión de los servicios de comunicación audiovisual, como se verá a continuación, lo que a su vez beneficiará a mercados fuertemente ligados a este, como puede ser el mercado publicitario.

³⁶ <http://data.cnm.es/datagraph/>



El presente proyecto normativo no contiene medidas que supongan una intervención directa en el entorno competitivo audiovisual, como pueden ser la limitación del número de agentes presentes en el mercado o el otorgamiento de derechos exclusivos a un operador.

Por otra parte, con respecto a la contratación de derechos exclusivos de emisión de ciertos contenidos audiovisuales como pueden ser las competiciones deportivas (contenido Premium por excelencia de las ofertas de los servicios de comunicación audiovisual de acceso condicional), el APL planteado mantiene el statu quo, y no realiza cambio alguno. Sólo se actualiza la previsión de que en el caso de que un prestador de servicios de intercambio de videos a través de plataforma adquiriese los mencionados derechos exclusivos³⁷ se garantizará el derecho del público a la información y al acceso a los mismos siempre que estos estén incluidos en el catálogo de acontecimientos de interés general audiovisual.

Asimismo, en línea con los propósitos de la Comisión Europea al anunciar la reforma de la Directiva audiovisual en Mayo de 2016³⁸, las medidas adoptadas pretenden avanzar en la equiparación de las obligaciones de agentes que compiten en el mismo mercado de la prestación de servicios de comunicación audiovisual, superando la situación actual en la que la asimetría regulatoria era notable.

Con la introducción de las modificaciones proyectadas se consigue equilibrar las condiciones para competir en el mercado audiovisual entre los radiodifusores tradicionales y los de servicios a petición, por un lado, y entre los prestadores de servicios de comunicación audiovisual y los de servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, por otro.

La flexibilización de la normativa cuantitativa en materia de difusión de comunicaciones comerciales a los radiodifusores tradicionales está motivada por la necesidad de incrementar la capacidad competitiva de este tipo de prestadores en el mercado audiovisual actual. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal, fundamentalmente en abierto, se están encontrando nuevos competidores en el mercado publicitario, como pueden ser los prestadores del servicio de intercambio de videos a través de plataforma. Conforme a los datos del Estudio de Inversión publicitario Infoadex correspondiente al año 2020³⁹, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo en abierto (TDT) captaron un 5,9% menos de inversión, y por otro lado, la publicidad a través de internet creció un 9%, y a lo largo de 2019, la publicidad digital supero a la publicidad en televisión.

Por otra parte, el régimen normativo publicitario al que se someten los servicios de comunicación audiovisual y otro tipo de servicios que ofrecen contenidos audiovisuales que se pueden considerar complementarios o suplementarios es muy diferente, hecho que puede suponer desventajas competitivas para los prestadores de servicios de comunicación audiovisual televisivo. Por tanto, con objeto de facilitar un entorno competitivo justo entre los diferentes servicios, se debe establecer un régimen normativo respecto a la difusión de comunicaciones comerciales que tenga en cuenta la naturaleza de los servicios. Por ello, como primera medida, se flexibiliza la norma cuantitativa de difusión de comunicaciones comerciales en los servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales, y, por otra parte, se impone a los servicios de comunicación audiovisual

³⁷ <https://www.thedrum.com/news/2018/07/06/facebook-acquires-200m-premier-league-broadcast-rights-south-east-asia-landmark-move>

³⁸ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/IP_16_1873

³⁹ <https://www.infoadex.es/home/wp-content/uploads/2020/02/Estudio-InfoAdex-2020-Resumen.pdf>



televisivos a petición y a los servicios de intercambio de videos a través de plataforma unas reglas cualitativas en cuanto a la publicidad que pueden difundir.

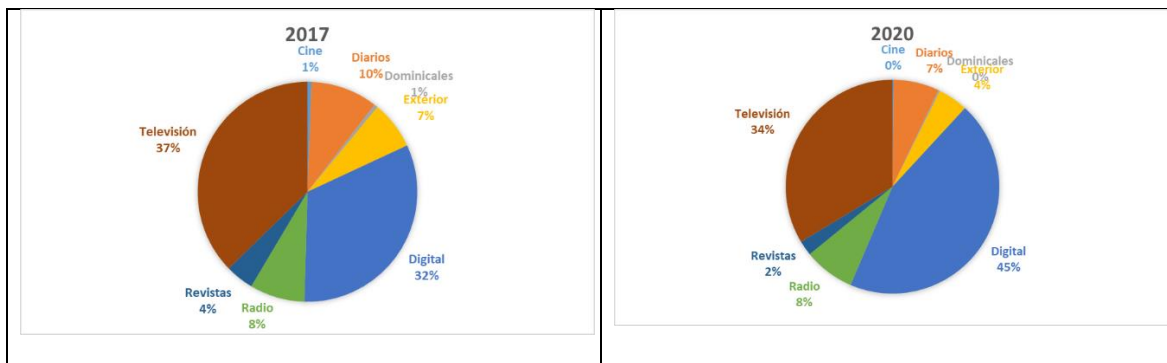


Figura 3. Reparto de la inversión publicitaria entre los diferentes Medios correspondientes a los años 2017 y 2020. Fuente Informes Infoadex

Con la modificación de la DSCA, y su correspondiente transposición a través de este APL, se mantiene la obligación para que los radiodifusores tradicionales sigan destinando, al menos, el 51% del tiempo de emisión a obras europeas. Adicionalmente, se obligará a los prestadores de servicios a petición a velar por que en sus catálogos cuenten con un mínimo de un 30 % de obra audiovisual europea y que estos se presenten con la debida prominencia.

El marco competitivo también se ve favorecido con la posibilidad que permite la nueva Directiva, y de la que se hace uso en este proyecto normativo, de extender la obligación de financiación de producción de obra audiovisual europea a los prestadores de servicios audiovisuales establecidos en otros Estados miembros (con la vigente LGCA esta obligación sólo aplica a los prestadores de servicios bajo jurisdicción española). Evidentemente, la contribución del prestador de servicios de comunicación audiovisual establecido en otro Estado miembro se calculará sobre la base de los ingresos que haya obtenido en el mercado español. Esta medida equilibra en cierta forma las reglas entre prestadores, ya que actualmente, grandes plataformas como HBO, Netflix o Amazon, ofrecen servicios de comunicación audiovisual en España, pero no están sometidos al cumplimiento de la obligación de financiación de obra audiovisual europea que sí tienen los prestadores establecidos en España.

Lejos de suponer, con carácter general, restricciones al acceso de nuevos operadores o que limiten la libertad de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual para competir, las disposiciones del APL consiguen, a través de la aplicación de un marco de derechos y obligaciones más uniforme, la creación de un entorno sostenible en el que se desarrollen nuevas iniciativas empresariales y que éstas compitan en pie de igualdad.

En cuanto a posibles diferencias a nivel nacional que puedan afectar a la unidad de mercado cuyos principios se establecen en la Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado, cabe señalar que la provisión del servicio de comunicación audiovisual televisivo mediante ondas hertzianas terrestres puede ser circunscrita al ámbito estatal, de una Comunidad Autónoma, región o municipio, y por tanto la gestión de las licencias corresponderá en cada caso al Estado en el primer caso y a las Comunidades Autónomas en el segundo y tercer caso, conforme al orden competencial efectuado por la CE y los diferentes Estatutos de Autonomía en referencia a la prestación de servicios de comunicación audiovisual. Dicho reparto competencial queda plenamente salvaguardado por las medidas introducidas en el presente proyecto normativo, y, por tanto, se puede



afirmar que el APL no tiene impacto sobre la unidad de mercado, en el sentido recogido por la Ley 20/2013, de 9 de diciembre.

Con todo, los agentes que pudieran verse más afectados por este proyecto normativo pueden ser los prestadores del servicio intercambio de vídeos a través de plataforma, y en particular, a los medios sociales o redes sociales que prestan servicios que puedan encajar en dicha definición. Hasta ahora las redes sociales sólo estaban sometidas a la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico sociales. Sin embargo, aquellas redes sociales cuya finalidad principal sea la de ofrecer contenidos audiovisuales deberán cumplir con las disposiciones incluidas en el APL.

De manera similar a como ya sucedía con los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, se establece que, para comenzar la prestación del servicio, deberá realizarse una comunicación fehaciente y previa al inicio de la actividad por parte del prestador del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, siempre amparados en el principio de país de origen dentro de la UE y la libertad de establecimiento.

Si bien el impacto de la nueva normativa para estos prestadores dependerá de la naturaleza concreta del servicio y de la jurisdicción territorial que les afecte, tanto los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma como las redes sociales con mayor número de usuarios han seguido la tramitación y aprobación de la DSCA, colaborando con sus aportaciones. Por otra parte, el resultado final es que los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma están sometidos de forma general a las disposiciones de la Directiva 2000/31/CE, de 8 de junio de 2000 (Directiva sobre el comercio electrónico), y, en tanto que ofrecen contenidos audiovisuales, deben cumplir también las disposiciones contenidas en la DSCA, y en el APL. Con ello se consigue que este tipo de prestadores estén sometidos a un entorno regulatorio robusto, puesto que todos los servicios que ofrecen accesos a contenidos audiovisuales deben cumplir un conjunto mínimo de normas de cara a proteger a los espectadores y usuarios de la exposición a contenidos dañinos o perjudiciales, o que inciten a la violencia, a cometer actos terroristas, o a la discriminación.

Por último, desde el punto de vista de competencia en el mercado, tiene que tenerse en cuenta a los servicios de comunicación audiovisual radiofónicos que, en cierta manera, compiten por la audiencia con los servicios de comunicación audiovisual televisivos en determinados ámbitos: informativos, actualidad, eventos deportivos. En este APL, manteniendo el criterio de equilibrar las condiciones de competencia en el mercado, se impone a este tipo de servicios un conjunto mínimo de obligaciones respecto de las comunicaciones comerciales audiovisuales, en particular, prohibiendo aquéllas que fomenten comportamientos nocivos para la salud, e intentando proteger a los menores sobre las comunicaciones comerciales difundidas a través de dichos servicios.

B. Impacto presupuestario.

- **Impacto en los Presupuestos Generales del Estado.**

- **Desde el punto de vista de los ingresos**

Las medidas que contiene el APL no supondrán ingresos adicionales para el Estado.

- **Desde el punto de vista del gasto**



El APL realiza una atribución clara de las competencias normativas y de supervisión en el mercado audiovisual a las autoridades audiovisuales, y no supondrá un incremento de gasto en los Presupuestos Generales del Estado.

En primer lugar, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia ejercerá las funciones que desarrollan los artículos 9 y 12 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, por la que se crea dicho organismo, así como las que la norma proyectada, a través de la modificación de dicha ley, le encomienda y que en resumen son las siguientes:

- Elaborar y publicar un informe anual sobre la representación de las mujeres en espacios informativos y de actualidad en servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal, previo informe del Instituto de la Mujer.
- Elaborar y publicar un informe cada tres años sobre las medidas de alfabetización mediática adoptadas por los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.
- Controlar y supervisar el cumplimiento de las obligaciones impuestas para hacer efectiva la protección de los menores en el ámbito audiovisual.
- Controlar y supervisar el cumplimiento de las obligaciones impuestas en materia de accesibilidad en el ámbito audiovisual.
- Controlar y supervisar el cumplimiento de las obligaciones de promoción de obra europea.
- Controlar y supervisar el cumplimiento de las obligaciones, las prohibiciones y los límites del derecho a realizar comunicaciones comerciales audiovisuales.
- Resolver sobre el carácter no publicitario de los anuncios de servicio público o de carácter benéfico, previa solicitud de los interesados.
- Controlar y supervisar el cumplimiento de las obligaciones y los límites impuestos para la contratación en exclusiva de contenidos audiovisuales, la emisión de contenidos incluidos en el catálogo de acontecimientos de interés general y la compraventa de los derechos exclusivos en las competiciones futbolísticas españolas regulares.
- Garantizar la libertad de recepción en territorio español de servicios de comunicación audiovisual cuyos titulares se encuentren establecidos en un Estado miembro de la Unión Europea.
- Adoptar las medidas de salvaguarda cuando el prestador de un servicio de comunicación audiovisual televisivo establecido en otro Estado miembro de la Unión Europea dirija su servicio total o principalmente al territorio español y se hubiera establecido en ese Estado miembro para eludir las normas españolas más estrictas.
- Vigilar el cumplimiento de la misión de servicio público encomendada a los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito estatal, así como la adecuación de los recursos públicos asignados para ello.
- Supervisar y controlar el cumplimiento de las obligaciones impuestas a los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.
- Elaborar y publicar una memoria anual de las actuaciones realizadas por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia en el ámbito audiovisual.
- Supervisar la adecuación de los contenidos y comunicaciones comerciales audiovisuales con el ordenamiento vigente y los códigos de autorregulación y corregulación en los términos establecidos en el artículo 14 de la Ley General de la Comunicación Audiovisual.
- Velar por el cumplimiento de los códigos de autorregulación y corregulación sobre contenidos audiovisuales verificando su conformidad con la normativa vigente, en los términos establecidos en los artículos 12 y 13 de la Ley General de la Comunicación Audiovisual



Por otra parte, el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, con competencias en relación con la ordenación de los servicios de comunicación audiovisual, tendrá atribuidas las siguientes competencias: (a) gestión de títulos habilitantes; (b) recepción de comunicaciones previas y llevanza del Registro audiovisual; (c) promoción de auto y corregulación a nivel nacional e internacional; (d) propuestas de estrategia audiovisual; y (e) promoción de contenidos especialmente recomendados para menores.

En ambos casos, el personal que se encuentra en activo en ambos organismos ya se encuentra desarrollando dichas funciones o bien funciones similares, por lo que se pone de manifiesto la ausencia de impacto en los Presupuestos Generales del Estado como consecuencia de la aplicación del APL.

- **Impacto presupuestario en las Comunidades Autónomas o Entidades Locales**

En principio, el proyecto normativo no supone un incremento de carga de trabajo relevante para las Comunidades Autónomas o para las Entidades Locales ya que respeta el orden competencial, y en el caso de Comunidades Autónomas o Entidades locales podrán continuar regulando y supervisando los servicios de comunicación audiovisual que no exceden su ámbito geográfico, como ya vienen practicando. Por tanto, el APL no implica variaciones de ingresos o gastos en los presupuestos de dichos organismos.

C. IDENTIFICACIÓN DE CARGAS ADMINISTRATIVAS.

En el APL se pueden identificar principalmente dos cargas administrativas derivadas de la relación de los diferentes tipos de prestadores con la administración audiovisual competente.

La primera de las cargas administrativas viene derivada de la adquisición de la condición de prestador del servicio de comunicación audiovisual o del servicio de intercambio de videos a través de plataforma. De forma general, el prestador deberá realizar una comunicación previa y fehaciente antes de iniciar la actividad. La excepción que se mantiene es la prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo mediante ondas hertzianas terrestres, TDT, en cuyo caso es necesario optar a la correspondiente licencia a través de un concurso convocado por la administración audiovisual competente, debido a la utilización de un recurso escaso como es el espectro radioeléctrico.

La segunda carga identificada está relacionada con el mecanismo de supervisión de la obligación de financiación anticipada de obra europea por parte de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Los prestadores sujetos al cumplimiento deberán notificar de forma anual las inversiones realizadas en la financiación de producción de obra audiovisual europea, o en la adquisición de derechos de explotación de dicho tipo de obras. La notificación debe permitir a la CNMC verificar el cumplimiento por parte del prestador.

Conforme a los análisis económicos presentes en los anexos relativos a las cargas administrativas, en ambos casos, se estarían **manteniendo los costes**, debido principalmente, a que a través del Real Decreto 847/2015, de 28 de septiembre, en el caso de la comunicación previa, y del Real Decreto 988/2015/ de 30 de octubre, para la promoción de obra europea, los procedimientos ya se encuentran optimizados y se realizan mediante procedimientos electrónicos.

5 IMPACTO POR RAZÓN DE GÉNERO



A los efectos de lo previsto en el artículo 19 de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres y en el artículo 24.1.b) de la Ley 50/1997, de 27 de noviembre, del Gobierno, en la redacción dada por la Ley 30/2003, de 13 de octubre, sobre medidas para incorporar la valoración del impacto de género en las disposiciones normativas que elabore el Gobierno, **el APL tiene un impacto de género positivo, en la medida en que su contenido contribuye a frenar la discriminación y a potenciar la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres así como la igualdad de trato.** Esto se debe a las medidas contra los mensajes que inciten a la violencia, al odio o la discriminación por razón de sexo que con esta propuesta normativa extiende su aplicación a todos los contenidos difundidos a través de servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma.

En particular, el APL refuerza el principio de no discriminación por razón de género y promueve la autorregulación en este ámbito, atendiendo a la precitada Recomendación CM/REC (2017)9, del Comité de Ministros a los Estados miembros del Consejo de Europa, sobre igualdad de género en el sector audiovisual, de 27 de septiembre de 2017.

Asimismo, la nueva disposición adicional tercera prevé el fomento a la producción de obras audiovisuales dirigidas o producidas por mujeres a través de las convocatorias de ayudas con cargo al Fondo de Protección a la Cinematografía y al Audiovisual.

Por último, se ha incluido entre las medidas del Plan Trienal de Impulso del sector audiovisual contemplado en el artículo 149, el fomento y difusión de obras audiovisuales dirigidas o creadas exclusivamente por mujeres.

6 IMPACTO EN LA INFANCIA Y ADOLESCENCIA

Se considera que este APL tiene impacto por razón de la infancia positivo, al reforzar la protección de los menores frente a los servicios de comunicación audiovisual, y ex novo frente a los servicios de intercambio de vídeos a través de plataformas.

En concreto, aparte de las garantías que ya se recogen en la LGCA en vigor, derivadas de la anterior Directiva, el APL otorga una mayor protección a los menores en el ámbito de los servicios de comunicación audiovisual televisivos a petición, al equiparlos a los servicios de comunicación audiovisual televisivos lineales y en relación con las comunicaciones comerciales audiovisuales. Muy especialmente, extiende la protección en materia de contenidos que puedan perjudicar su desarrollo físico, mental o moral y a las comunicaciones comerciales a todos los contenidos difundidos a través de servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma. En este punto, conviene recordar los datos obtenidos del informe de AUC⁴⁰ y expuestos en el análisis del contenido del APL sobre el elevado consumo televisivo diario por parte de los menores, que alcanza sus mayores cotas fuera de la franja legal de protección del menor, y, en todo caso fuera de la franja de protección reforzada.

Por otra parte, una medida más a destacar en el presente proyecto son las restricciones sobre la difusión de comunicaciones comerciales relativas a los juegos de azar en los servicios de comunicación audiovisual. Se trata de una medida preventiva para la protección de los menores y de otras personas vulnerables frente a los riesgos del juego y que, además, indirectamente también beneficia al entorno más cercano (principalmente, la familia y amigos más próximos) de las personas con un trastorno de adicción al juego o

⁴⁰ Estudio de AUC del año 2018, denominado "Menores y televisión" (<http://www.auc.es/>)



que experimentan problemas con el juego. Desde una perspectiva más general, conforme a las conclusiones del Informe sobre adicciones comportamentales publicado en el año 2019 por el Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones⁴¹ perteneciente a la Delegación del Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas: **«El análisis de los resultados de las encuestas EDADES y ESTUDES a partir de 2014 confirma que el juego con dinero y el uso de internet son actividades ampliamente extendidas en nuestra sociedad. En 2017, un 60,2 % de la población de 15 a 64 años ha jugado juegos con dinero (presencial, online o ambos) mientras que, en 2016, un 99,8% de los estudiantes de 14 a 18 años ha utilizado internet en el año previo.»**

No obstante, pese a las anteriores cifras el mencionado estudio también manifiesta que:

«[...]el uso de juego con dinero y de internet tiene una alta prevalencia en la población española. Sin embargo, no todo este uso se puede catalogar de problemático. Así, aplicando los criterios DSM-V, en 2017 un 0,4% de la población de 15 a 64 años realizaría un posible juego problemático y un 0,3% presentaría un posible trastorno del juego.» Al respecto, debe destacarse que estas cifras son similares a las reflejadas en el mencionado Estudio de Prevalencia de la DGOJ (*“Los resultados del Estudio arrojan un índice de prevalencia en la población española es del 0,9% para personas catalogadas como jugadores patológicos y del 1% en personas catalogadas como jugadores con problemas, valores que se reducen a 0,3 % y 0,6 %, respectivamente, si se trabaja con los resultados vinculados al juego en el último año”*).

Asimismo, la modificación de la Directiva 2018/1808 de 14 de noviembre pretende alentar a los Estados miembros a garantizar que la autorregulación y la corregulación, incluidos los códigos de conducta, se utilicen para reducir efectivamente la exposición de los niños a las comunicaciones comerciales audiovisuales relativas a alimentos y bebidas con alto contenido en sal, azúcares, grasa, grasas saturadas o ácidos transgrasos, o que no se ajustan por otros conceptos a estas directrices nutricionales nacionales o internacionales reconocidas a nivel nacional e internacional, tales como el modelo de perfiles nutricionales de la Oficina Regional para Europa de la Organización Mundial de la Salud, que permiten diferenciar los alimentos sobre la base de su composición nutricional en el contexto de la publicidad televisiva dirigida a los niños.

También tienen un impacto positivo en la infancia y la adolescencia las medidas establecidas en materia de alfabetización mediática.

7 IMPACTO EN LA FAMILIA

Dado que la finalidad de este Anteproyecto es regular los servicios de comunicación audiovisual y los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma teniendo en cuenta tanto al público en general como a los menores, no se está estableciendo ninguna medida dirigida expresamente a las familias o a las familias numerosas. Sin perjuicio de lo anterior, se considera que la mayor protección que se proporciona al público en general y, especialmente a los menores, tendrá un efecto positivo en las familias. Asimismo, las medidas de alfabetización mediática reforzaran los efectos positivos de las disposiciones.

8 OTROS IMPACTOS

⁴¹http://www.pnsd.mscbs.gob.es/profesionales/sistemasInformacion/sistemaInformacion/pdf/2019_Informe_adicciones_comportamentales.pdf



A los efectos de lo previsto en el artículo 2.2 del Real Decreto 1083/2009, de 3 de julio, por el que se regula la memoria del análisis de impacto normativo, el Anteproyecto tiene impacto positivo en aspectos de carácter social, igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, al incluir nuevas obligaciones para los prestadores en materia de accesibilidad de personas con discapacidad. En especial, los nuevos objetivos que se fijan para subtítulo, audiodescripción y lengua de signos.

Por otro lado, el Anteproyecto no tiene impacto en aspectos de carácter medioambiental ni en ningún otro aspecto adicional a los identificados en dicho artículo.

9 EVALUACION EXPOST

De acuerdo con lo señalado en el artículo 130 de la Ley 39/2015 y en el artículo 28.2 de la Ley del Gobierno, el proyecto se someterá a evaluación ex post conforme a lo dispuesto en el artículo 3.1.e) del Real Decreto 286/2017, de 24 de marzo, por el que se regulan el Plan Anual Normativo y el Informe Anual de Evaluación Normativa de la Administración General del Estado y se crea la Junta de Planificación y Evaluación Normativa.

Mediante el presente APL se establecen los principios generales de la comunicación audiovisual y se introducen una serie de obligaciones a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual, los prestadores de servicios de intercambio de video a través de plataforma y otros agentes presentes en el mercado audiovisual español. Por otra parte, el propio APL atribuye las funciones de supervisión y control de numerosas obligaciones a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y a su vez, se le exige que publique informes bien anuales, bien con otra periodicidad sobre dichas competencias.

En base a la documentación que se haga pública y en colaboración con la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital realizará la evaluación de la norma, y de sus resultados.

En términos de plazos, se considera oportuno que dicha evaluación se lleve a cabo una vez hayan transcurrido al menos dos años de aplicación de la norma con el fin de poder analizar los efectos de la norma en base a los datos de los que se disponga en ese momento.

La sistemática que se empleará en la evaluación de la norma puede, en el momento de redactar esta memoria, esbozarse en los siguientes términos:

De conformidad con lo establecido en el artículo 3.2 del Real Decreto 286/2017, de 24 de marzo, por el que se regulan el Plan Anual Normativo y el Informe Anual de Evaluación Normativa de la Administración General del Estado y se crea la Junta de Planificación y Evaluación Normativa, se analizará, en cualquier caso:

- a) La eficacia de la norma, entendiendo por tal la medida en que ha conseguido los fines pretendidos con su aprobación.
- b) La eficiencia de la norma, identificando las cargas administrativas que podrían no haber sido necesarias o haberlo sido en menor grado.
- c) La sostenibilidad de la disposición, considerando los efectos de la norma no previstos directamente por ella que puedan llegar a comprometer su viabilidad futura.
- d) Los resultados de la aplicación de la norma con especial referencia al impacto de la misma en el sector audiovisual como sector económico destacado.



ANEXO 1. Tabla de equivalencias de la trasposición

Materia	Artículo en DSCA	Artículo en LGCA
<i>Definiciones</i>	1	2
<i>Determinación de jurisdicción</i>	2, 28 bis	3
<i>Restricciones al principio de país de origen</i>	3	42 - 45
<i>Elusión de jurisdicción</i>	4	46
<i>Autorregulación y correulación</i>	4bis	12 - 14
<i>Transparencia</i>	5	41
<i>Derechos del público</i>	6	4
<i>Derechos de los menores</i>	6bis	93 - 98
<i>Accesibilidad a los contenidos</i>	7	99 - 107
<i>Prominencia de los servicios de interés general</i>	7bis	32
<i>Integridad de los contenidos</i>	7ter	134
Períodos de emisión de obras cinematográficas	8	-
<i>Comunicaciones comerciales</i>	9	119, 120
<i>Patrocinio</i>	10	126
<i>Emplazamiento de producto</i>	11	127
<i>Promoción de obra europea</i>	13	108 - 118
Derechos exclusivos	14	142 - 146
Resúmenes informativos	15	142, 143
Reserva de tiempo para obras europeas	16	112 - 114
Reserva para productores independientes	17	113 - 114
Excepciones a las reservas	18	113 - 114
<i>Publicidad y televenta</i>	19	129
<i>Respeto a la integridad de los programas</i>	20	136
Prohibición televenta de medicamentos	21	129
Publicidad de bebidas alcohólicas	22	121
<i>Límites cuantitativos publicidad</i>	23	135
Televenta	24	129
Canales de publicidad, televenta, telepromoción	25	130
Condiciones distintas publicidad	26	-
Derecho de réplica	28	4.3
Intercambio de vídeos a través de plataforma	28bis	85 - 92
Medidas plataformas intercambio de vídeos	28ter	85 - 92
Comité de contacto	29	-
Autoridades y organismos reguladores	30	Ley 3/2013, 4 junio.
Intercambio de información entre reguladores	30bis	47
Establecimiento de ERGA	30ter	-
Sectores no coordinados por la Directiva	31	-
Comunicación de transposición	32	Disposición final cuarta
Supervisión a los Estados miembros	33	-
Medidas de alfabetización mediática	33bis	10
Derogaciones	34	
Entrada en vigor	35	



ANEXO 2. Independencia de la CNMC

Artículos en DSCA	Artículos en la Ley 3/2013 de creación de la CNMC
30.1 Jurídicamente distintos de órganos gubernamentales y funcionalmente independientes de gobiernos y otra entidad	2.1 Personalidad jurídica propia y actuando con autonomía orgánica y funcional y plena independencia de Gobierno, AAPP y agentes del mercado
30.2 Ejercicio de sus competencias con imparcialidad y transparencia	3.1 Actuará con independencia de cualquier interés empresarial o comercial 37.1 Obligación de publicar todas las resoluciones e informes
30.2 No solicitará ni aceptará instrucciones de ningún otro organismo	3.2. No podrá solicitar o aceptar instrucciones de ninguna entidad pública o privada
30.3 Las competencias, facultades y los medios de rendición de cuentas claramente definidos por ley	9 Enumeración de funciones de la CNMC en materia audiovisual 37.3 Aprobación de planes de actuación anuales, y cada tres años evaluación de dichos planes y los resultados obtenidos. 39. Control parlamentario a través de comparecencias anuales ante el Congreso de los Diputados
30.4 Disponen de adecuados recursos financieros y humanos y potestades coercitivas	5.5 Dispondrá de recursos financieros y humanos adecuados
30.4 Presupuestos anuales propios, que se harán públicos	33.1 Patrimonio propio 34.1 Elaboración y aprobación anual por la CNMC de anteproyecto de presupuesto con créditos de carácter limitativo
30.5 Nombramiento y cese de miembros del órgano colegiado responsable a través de procedimientos transparentes, no discriminatorios y que garanticen la independencia	15.1 Nombramientos del Consejo por el Gobierno, previa comparecencia en el Congreso de los Diputados, que dispone de capacidad de veto. Mandatos por seis años sin posibilidad de reelección.
30.5 Cese debe estar justificado, y solo en caso de que se deje de cumplir condiciones requeridas establecidas de antemano	23.1 Causas de cese , que incluyen incompatibilidad sobrevenida, incapacidad permanente, condena por delito doloso o por incumplimiento grave de sus deberes o de las obligaciones de incompatibilidades, conflictos de interés o deber de reserva
30.6 Vías de recurso eficaces	36.1 Actos y resoluciones del Presidente y del Consejo de la CNMC serán recurribles ante la jurisdicción contencioso-administrativa



ANEXO 3. Cargas Administrativas Inscripción Registro Audiovisual

A. CARGAS ADMINISTRATIVAS DERIVADAS DE LA NORMATIVA VIGENTE								B. CARGAS ADMINISTRATIVAS DERIVADAS DEL PROYECTO DE NORMA							DIFERENCIAS	
A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	A8-B7	
Obligaciones administrativas existentes	Referencia norma vigente	Artículo	Tipo carga	Coste	Frecuencia	Población	Coste anual	Artículo	Obligaciones administrativas derivadas del proyecto de norma	Tipo carga	Coste	Frecuencia	Población	Coste anual		
Inscripción en registro			13	50	1	32	1.600€	Título III.	Inscripción en registro	13	50	1	32	1.600€	0 €	
Modificación datos inscritos			6	2	1	48	96 €	Artículo 73.	Modificación datos inscritos	6	2	1	48	96 €	0 €	
Documentación acreditativa			7	4	1	111	444 €	Título V Artículo 132	Documentación acreditativa	7	4	1	111	444 €	0 €	
COSTE ANUAL CARGAS NORMATIVA VIGENTE							2.140 €	COSTE ANUAL CARGAS PROYECTO DE NORMA							2.140 €	0 €



ANEXO 4. Cálculo de las cargas administrativas relativas a la obligación de financiación de obra audiovisual europea

A. CARGAS ADMINISTRATIVAS DERIVADAS DE LA NORMATIVA VIGENTE								B. CARGAS ADMINISTRATIVAS DERIVADAS DEL PROYECTO DE NORMA							DIFERENCIAS	
A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	A8-B7	
Obligaciones administrativas existentes	Referencia norma vigente	Artículo	Tipo carga	Coste	Frecuencia	Población	Coste anual	Artículos	Obligaciones administrativas derivadas del proyecto de norma	Tipo carga	Coste	Frecuencia	Población	Coste anual		
Presentar Solicitud	RD 988/2015, de 30 de octubre		2	5	1	23	115 €	Titulo VI Capítulo III	Presentar Solicitud	2	5	1	23	115 €	0	
Presentar Documentación			7	4	1	23	92 €		Presentar Documentación	7	4	1	23	92 €	0	
Auditoria controles por externos			16	1.500	1	3	4.500		Auditoria controles por externos	16	1.500	1	3	4.500 €	0	
COSTE ANUAL CARGAS NORMATIVA VIGENTE							4.707 €	COSTE ANUAL CARGAS PROYECTO DE NORMA							4.707 €	0 €



ANEXO 5. Análisis de las contribuciones audiencia pública

A continuación, se analizarán las contribuciones de los interesados con su respectiva valoración. Al respecto, con carácter previo ha de señalarse lo siguiente:

- o El presente análisis se ha estructurado en cada uno de los Títulos del Anteproyecto y, dentro de ellos, por artículos.
- o La numeración del articulado en este documento corresponde a la del texto sometido al trámite de audiencia pública.
- o Han sido valoradas todas las observaciones recibidas en dicho trámite si bien, en este documento, se señalan las valoradas favorablemente -en todo o en parte- y aquellas otras rechazadas que se han considerado de especial interés para la comprensión general del APL.

TÍTULO PRELIMINAR: Disposiciones generales

Contribución	Interesado/s	Valoración
Art. 2.1. Eliminar el concepto de programa.	MEDIASET	Se rechaza. Es AVSMD. Se trata de un concepto sobre el que pivota buena parte de la directiva.
Art. 2.2. Modificar la definición de responsabilidad editorial.	Orange	Se rechaza. Es AVSMD.
Art 2.7. Incluir en la definición de servicio de comunicación audiovisual radiofónico que la audición es simultánea y que se puede producir mediante cualquier soporte tecnológico.	SER, AERC	Se acepta parcialmente la definición propuesta. Mejor adaptación a las nuevas modalidades de prestación.



Art. 2.11. Modificar la definición del servicio de comunicación audiovisual de acceso condicional, sin hacer referencia a los modos de pago.	AUC, ICMedia	Se acepta. El régimen de obligaciones prima a la hora de diferenciarlos.
Art. 2.14. Concretar la definición de servicio de comunicación audiovisual televisivo o radiofónico comunitario sin ánimo de lucro añadiendo su finalidad.	ReMC, EMA-RTV	Se acepta. Se recoge la redacción LGCA.
Art. 2.18. Eliminar el concepto de contenido audiovisual como equivalente a programa.	AMETIC, Google	Se acepta. Se elimina como sinónimo de programa y se explica en la exposición de motivos que se trata de una categoría genérica.
Art. 2.19. Ampliar la definición de programa radiofónico o sonoro para recoger los materiales accesorios y/o auxiliares a la programación relacionados con la emisión de la misma.	AERC, SER	Se acepta parcialmente. Con ello se da cobertura a dichos materiales.
Art. 3.2.f). Transponer la literalidad de la Directiva que diferencia entre decisión editorial y decisión.	AMAZON, AMETIC	Se acepta. Transposición literal al poder dar lugar a conflictos jurisdiccionales.
Art. 3.7 Restringir la obligación de promoción de obra europea a los establecidos en otros países de la UE a la obligación de financiación.	HBO, AMAZON, AEVOD, AMETIC, GOOGLE	Se acepta. Transposición correcta de la directiva.



TÍTULO I. Principios generales de la comunicación audiovisual

Contribución	Interesado/s	Valoración
Art 4. Incluir mención a los prestadores de servicio de intercambio de vídeos y redes sociales que presten sus servicios en España.	Telefónica, DigitalES	Se descarta. Rige el principio de país de origen. Las redes sociales sólo cuando sean VSP que es lo que está en la AVMSD.
Art. 4. Sustituir dignidad humana por valores constitucionales y Tratados Internacionales suscritos por España.	AUC	Se descarta. Desvirtúa el artículo.
Art. 5. No exigir que la programación atienda a los diversos intereses de la sociedad, salvo en el caso de los operadores públicos.	MEDIASET	Se descarta. Su fomento se promoverá a través de la autorregulación.
Art. 5. Incluir mención a la pluralidad en la propiedad de los medios de comunicación.	AEA	Se descarta. El pluralismo en la propiedad aparece en el art. 34 (tv ondas hertzianas) y 77 (radio ondas hertzianas).
Art. 6. Flexibilizar el artículo y eliminar la referencia al lenguaje, contenido e imagen de la mujer en el apartado tercero.	MEDIASET, UTECA, AERC	Se descarta. Son principios que se deben garantizar.
Art. 6. Mejora técnica que dé más garantías.	CIMA, Instituto de la Mujer, AUC	Se acepta. Mejora técnica.
Art 7. Modificar la terminología empleada para referirse a las personas con discapacidad.	CERMI	Se acepta. Mejora técnica.



Art. 8. Incluir obligaciones concretas en lenguas oficiales CCAA	Generalitat, C. Valenciana y usuarios particulares	Se descarta. Obligaciones incluidas en el Tit VI y en la normativa autonómica.
Art. 9. Eliminación del artículo por la dificultad técnica y las dudas jurídicas que suscita (alegan que puede chocar con la libertad de expresión y la independencia editorial). En el caso del CAC señalan la posible inconstitucionalidad.	MEDIASET, UTECA, TEN, AERC, CAC, AUC	Se acepta parcialmente. Se modificará la redacción para restringirla.
Art. 10. Fortalecer y concretar las medidas de alfabetización.	ICMedia, Alfa Media, ONG Desarrollo. OCTA	Se acepta parcialmente. Se ampliará su repercusión al ámbito educativo.
Art. 10. Mejora técnica con la referencia al uso beneficioso y seguro por parte de los menores de los dispositivos digitales y servicios de comunicación audiovisual.	Save the children	Se acepta. La finalidad no es que no los usen, sino que los aprendan a utilizar de forma responsable pero también segura y beneficiosa.
Art. 11. Contrarios a la conciliación de los servicios televisivos lineales y a que se fomente por reglamento.	MEDIASET, UTECA, TEN	Se acepta parcialmente. Se opta por mantener el objetivo si bien de manera respetuosa con la libertad de empresa (buenas prácticas).
Art. 11. Reforzar y concretar la conciliación.	Vodafone, AEA	Se rechaza. Se opta por mantener el objetivo si bien de manera respetuosa con la libertad de empresa (buenas prácticas).
Art. 12. Incluir a las autoridades reguladoras independientes de las CCAA.	CAC, Valencia	Se descarta. Lo pueden hacer en el ámbito de sus competencias.



Art. 13. Incluir la participación de los prestadores de servicios ya que el organismo de autorregulación puede no representar todos los intereses.	MEDIASET	Se acepta. Coherente con el art. 96.
Art. 13. Aludir a organismos de autorregulación en plural	Autocontrol Publicidad	Se acepta. Mejora técnica.
Art. 14. Incluir que los códigos de conducta cumplan la normativa de competencia.	Autocontrol Publicidad	Se acepta. Estaba incluido en la Ley 7/2010.
Art. 14. Incluir sometimiento explícito al principio de legalidad.	AUC	Se acepta. Estaba incluido en la Ley 7/2010.
Art. 14. Dentro de los códigos que se promoverán necesariamente, incluir un código sobre protección de los usuarios respecto contenidos que atenten contra la dignidad de la mujer.	CIMA	Se acepta. Mayor protección de los usuarios respecto de contenidos que atenten contra la dignidad de la mujer.

TÍTULO II. La prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo

Contribución	Interesado/s	Valoración
Art. 18. Proponen introducir sancionado "por resolución administrativa o judicial firme".	AERC, MEDIAPRO	Se rechaza. Se requiere agilidad junto a los necesarios mecanismos de garantía.
Art. 25.2.a) y art. 28. Proponen unificar los plazos de 6 y 12 meses.	CAC, Asturias, Castilla la Mancha, Galicia, País Vasco	Se acepta. Mayor seguridad jurídica.
Art. 28.1. Proponen eliminar la referencia "directa" ya que se permite la transmisión o arrendamiento.	UTECA, MEDIASET, TEN, SER, CAC, MEDIAPRO	Se acepta. Mejora técnica normativa.



Art. 28. En relación a la renovación automática, introducir “conjuntamente” para aclarar expresamente que los requisitos han de entenderse cumulativamente y no alternativamente.	UTECA, MEDIASET	Se acepta. Mejora técnica normativa.
Art. 29. Consideran que son condiciones muy indefinidas, necesitadas de concreción. Se propone eliminar la referencia genérica al interés general.	MEDIASET, UTECA, TEN, SER, AERC, MEDIAPRO	Se acepta. Mayor seguridad jurídica.
Art. 31. Flexibilización de los negocios jurídicos sobre las licencias.	Asociación Española TDT, CONECTA, TEN	Se descarta. Se trata de límites asentados y proporcionados.
Art. 31. Incluir que el arrendatario de una licencia tendrá la consideración de prestador de dicho servicio.	Telefónica, DigitalES, Adigital.	Se acepta. Está en la LGCA.
Art. 32. Proponen incluir previsión sobre cesión de emisiones de las tv públicas autonómicas	FORTA, País Vasco, CATALUÑA	Se acepta. Se considera necesario incluir a las tv públicas autonómicas.
Art. 32. Propuesta para incluir cualquier soporte tecnológico en la cesión de la señal de radiodifusión.	AERC	Se acepta. Mejora técnica.
Art. 37. En relación a las participaciones significativas, y de cara a la inscripción en el registro, volver al 5% de las participaciones sociales.	MEDIASET, UTECA	Se rechaza. La redacción actual otorga mayor transparencia.
Art 38. Los servicios que prestan los prestadores autonómicos deben estar en registro autonómico sin importar tecnología.	CAC, FORTA, País Vasco	Se rechaza. Cuando no se realiza una mera redifusión del servicio de TDT son nuevos canales y de ámbito superior al de una CCAA.



Art 38. Incluir las redes sociales en el registro.	Telefónica, Orange	No se acepta. Las redes sociales sólo cuando sean VSP que es lo que está en la AVMSD.
Art 38. Incluir a todos los que ofrecen servicios audiovisuales en España.	Pantalla digital, Vodafone	No se acepta. Principio país de origen AVMSD.
Art 40. Aclarar relación registro Estatal y autonómicos.	CAC, Castilla la Mancha	No se acepta. Es más adecuado definirla en un desarrollo reglamentario.
Art. 41.2. Proponen suprimir e, f y h, criterios de indep editorial, garantía de la libertad de expresión y creación y difusión de contenidos, ya que no tienen que ver con el régimen de propiedad de los prestadores.	MEDIASET, UTECA, Telefónica, Orange, Vodafone	Se acepta. No guardan relación con el título del artículo.
Art. 48. Críticas a la falta de planificación de espectro para este tipo de servicios.	Asturias, Cataluña	Se descarta.
Art. 48. Demasiada amplitud del contenido de la DT 3 que podría suponer su regularización de radios piratas.	CAC, ASTURIAS, País Vasco, Cataluña	Se descarta. Las CCAA disponen de los mecanismos de control.



TÍTULO III. La prestación del servicio público de comunicación audiovisual

Contribución	Interesado/s	Valoración
Comentario general: Extralimitación de la legislación básica estatal. Art. 50, 53, 54, 55, 57, 58, 59, 60, 61, 62 y 65.	FORTA, Cataluña, País Vasco, Galicia.	Se ha modificado parcialmente la redacción y dado algo más de flexibilidad a las CCAA. Se considera que la legislación básica en términos generales tiene un alcance adecuado.
Art. 49. Eliminar referencia a las Administraciones Públicas, mejor Estado, CCAA y Entidades Locales	FORTA	Se acepta. Mejora técnica.
Art. 50 y 51. Hacer mención explícita del valor de igualdad en el art. 50.1.c).	CIMA e Instituto de la Mujer	Se acepta.
Art. 53. Periodo del mandato marco con un máximo de 9 años.	FORTA, Galicia	Se descarta. Se requiere cierta homogeneidad del modelo.
Art. 53. Referencia a las Asambleas Legislativas de las CCAA.	FORTA	Se acepta. Mejora técnica.
Art. 53. Modificar referencia a la encomienda de gestión para las CCAA y cambiarlo por acuerdo de prestación.	FORTA, Cataluña, TV Murcia	Se acepta. Mejora técnica.
Art. 55. No aludir a órganos concretos propios de la organización de RTVE sino dejarlo más abierto.	FORTA	Se acepta. Dar mayor flexibilidad a las CCAA.
Art. 72. Flexibilizar el requisito de la reciprocidad de las emisiones.	País Vasco, FORTA	Se acepta. Seguridad jurídica.



Art. 74. Modelos de gestión en la prestación del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito local. Algunos quieren restringir a la prestación directa.	EMA, SER, AERC.	Se acepta restringir a explotación directa en el ámbito local.
--	-----------------	--

TÍTULO IV. La prestación del servicio de comunicación audiovisual radiofónico y sonoro a petición

Contribución	Interesado/s	Valoración
Art. 75. Vacío legal: falta definir régimen jurídico del servicio radiofónico y una remisión general al régimen jurídico de televisión	AERC, SER, Castilla-LM , Galicia y Baleares	Se acepta. Servicio de interés general, y aplicabilidad del régimen previsto para servicios televisivos.
Art. 77 (pluralismo). Posible contradicción entre límites del art. 77.2 y 77.3.b.	AERC	Se acepta parcialmente. Mantener idea del actual art. 37.2 LGCA.
Art. 77. Aplicar límites de pluralismo de forma independiente para tecnología analógica y digital. Aclarar criterio.	CAC, Galicia, AERC, TVPC, TDI, Asturias.	Se acepta. Criterio existente en la LGCA vigente.
Art. 79 (negocios jurídicos). Regulación incompleta, vacío legal; plantea remisión al régimen aplicable para televisión.	Galicia, CAC, País Vasco, Castilla-La Mancha, AERC	Se acepta completar regulación.
Art. 80 (servicios sin ánimo de lucro por OHT). Como excepción, posibilidad de admitir algunas formas de comunicación comercial compatibles con la naturaleza de estos servicios.	Radio María, ReMC, CAC, AUC, Plataforma Defensa Comunicación y Periodismo	Se acepta parcialmente (publicidad institucional y anuncios de servicio público o carácter benéfico).
Art. 81 (cesión de la señal). Permitir cualquier soporte tecnológico, sea el mismo (ondas hertzianas terrestres) u otro diferente.	AERC	Se acepta.



Art. 81 (cesión de la señal). Estudiar trasladar como un segundo apartado lo dispuesto en el artículo 32.2 (cesión señal de tv) al respecto de la cesión sin contraprestación de los servicios de comunicación audiovisual de la CRTVE	AERC	Se acepta parcialmente. Se aplica a todo prestador del servicio público de comunicación audiovisual televisivo, no sólo a RTVE.
Nuevo art. 81.bis. Introducir precepto similar al art. 138 APL (aplicable a tv)	AERC	Se descarta. Se trata de formas publicitarias específicas del medio tv (transparencias, sobreimpresiones, publicidad virtual) que suponen una alteración de la imagen original, circunstancia que no concurre en el caso de radio, pues esas formas (visuales) no interfieren en el contenido original (audio).
Art. 82 (protección de menores). Completar y mayor concreción, especialmente para los servicios de radio a petición.	Un particular	Se acepta. Se completa protección con la inclusión de los derechos del menor y con la promoción de códigos en este ámbito.
Art. 82.1. Programas de esoterismo y paraciencias. Propuesta para acotar el tipo de programa sobre el que aplicar limitaciones horarias	AERC	Se acepta parcialmente: limitar la restricción horaria a ese tipo de programas, cuando se basen en la participación activa de los oyentes.
Art. 82.2. Programas de juegos de azar. Extender la excepción horaria también los juegos de lotería comercializados en exclusiva por normativa de CC.AA. Aplicar también a los concursos la excepción a la restricción horaria.	Cataluña AERC	Se acepta. La excepción a la restricción horaria se aplica en función del tipo de juego (las loterías), por lo que se admitirá a retransmisión de sorteos de lotería permitidos por ley estatal o autonómica de juego.



		Se acepta. La inserción de concursos conexos o subordinados a programas es consustancial a ese tipo de juego, y por su nivel de afectación frente a riesgos de actividades de juego.
Art. 84 (comunicaciones comerciales). Propuestas para adaptar o flexibilizar algunos límites previstos para tv (aplicables sin excepciones a la radio) a las características propias y naturaleza de la radio, de forma que no se haga una equiparación de los servicios radiofónicos a los servicios televisivos	AERC, SER	Se acepta parcialmente, con alguna adaptación para determinados aspectos concretos relativos a bebidas alcohólicas de graduación inferior a 20º, al patrocinio y al emplazamiento de producto.
Art. 84 (en relación con art. 121, apartados 7 y 8). Remisión en blanco a lo que establezca la normativa sectorial de juego sobre franjas horarias en las que se permita la emisión en tv y radio de publicidad de juego	JDigital	Se descarta. El APL es norma básica, y ha de ofrecer al menos principios esenciales aplicables a los servicios audiovisuales.

TÍTULO V. La prestación del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma

Contribución	Interesado/s	Valoración
Incluir en este título los prestadores de servicios audiovisuales de catálogos y equiparlos con VSP.	EGEDA, AERC	No se acepta.
Art 85. Extender la obligación de promoción de obra europea a las VSP.	MEDIAPRO	No se acepta. AVMSD.



Art 86. Extender ámbito a todas las VSP aunque no estén establecidas en España.	Pantalla Digital	No se acepta. AVMSD.
Art 87 y 89. Adopción de las medidas, no elección ni autorregulación.	Telefónica, Orange, Adigital, DigitalES	No se acepta. AVMSD.
Art 87 y 89 remitir a desarrollo reglamentario las medidas y especialmente la alfabetización mediática	MEDIAPRO	AVMSD.
Art 87.3 y 98.3. Supresión régimen de responsabilidad para las VSP.	EGEDA, ADEPI, SGAE	No se acepta. AVMSD.
Art 88. Protección de datos de menores conforme a la normativa española.	MEDIAPRO	Se acepta y se compatibiliza con el artículo 93.
Art 89. Incluir como contenidos dañinos o perjudiciales los discriminatorios o vejatorios con la mujer y la perspectiva de género.	CIMA	Se remite a los códigos de conducta de los art. 13 y 14.
Art 90. Solo extender las obligaciones a las establecidas en España.	AMETIC	Ya está en el ámbito de aplicación.
Art 90. Permitir publicidad de alcohol en las VSP.	Anunciantes y destilerías	Se acepta parcialmente. Se podrán difundir comunicaciones comerciales sobre bebidas alcohólicas bajo ciertos requisitos.
Art 91. Obligar a las VSP a incorporar medidas para evitar transmisiones de contenidos exclusivos, especialmente deportes.	Telefónica, Orange, Adigital, DigitalES	No se acepta. Redacción AVMSD sólo contempla protección usuarios y menores.
Art 92. Incluir reguladores autonómicos.	CAC, Generalitat Valenciana	No se acepta. Las VSP tendrán ámbito estatal, y por ello el control y supervisión corresponderá a la autoridad estatal. Se pueden articular



		formas de cooperación dentro del Grupo de Reguladores que se crea en la DA 2ª.
--	--	--

TÍTULO VI. Obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo

Capítulo I – Protección Menores

Contribución	Interesado/s	Valoración
Art. 93 Adaptar a la normativa a la LOPD.	FORTA, MEDIAPRO	Se acepta.
Art 94. Se modifica para incluir toda la tipología en la que los menores pueden.	Save The Children	Se acepta.
Art 96. Incluir los organismos de las CCAA con competencias en calificación.	CCAA	Se acepta.
Art. 96 Los servicios prestados de forma exclusiva en terceros países podrán adaptarse a la calificación del país destino.	CONNECTA, AmChamSpain	Se acepta. Países bajos tiene previsión similar en su ley audiovisual.
Art. 96 Extender los acuerdos de corregulación a todos los servicios audiovisuales e incluir a las VSP.	CAC, ICmedia, AUC, OCTA, MEDIAPRO	No se acepta. Las VSP tienen su propio título, y les aplicara autorregulación, no corregulación.
Art. 97 Suprimir o reformular la obligación de difundir contenido infantil en la franja matutina.	MEDIASET, UTECA, FORTA	No se suprime pero se reformula redacción, de forma que sólo se podrán emitir programas con calificación NR7 o inferior en la franja matutina



<p>Art. 97 Restricciones horarias para emitir contenidos relacionados con juegos de azar.</p> <p>Programas de juegos de azar. Extender la excepción horaria a los juegos de lotería comercializados en exclusiva por normativa de CC.AA.</p> <p>Aplicar también a los concursos la excepción a la restricción horaria.</p>	<p>Cataluña</p> <p>AERC</p>	<p>Se acepta. La excepción a la restricción horaria se aplica en función del tipo de juego (las loterías), por lo que se admitirá a retransmisión de sorteos de lotería permitidos por ley estatal o autonómica de juego.</p> <p>Se acepta. La inserción de concursos conexos o subordinados a programas es consustancial a ese tipo de juego, y por su nivel de afectación frente a riesgos de actividades de juego.</p>
<p>Art. 97. Recuperación de franjas de protección reforzada, o en su caso justificar mejor supresión de las franjas.</p>	<p>Rec: ICmedia, AUC, OCTA, Pantalla digital, PROA, DIBOOS, MAPA, Castilla la Mancha</p>	<p>Se acepta. Se recuperan las franjas de protección reforzada en los servicios lineales en abierto.</p>
<p>Art. 97. Equiparar la protección frente a contenidos para todo tipo de servicios</p>	<p>ICmedia, AUC, OCTA,</p>	<p>No se acepta. Las franjas horarias de protección solo tienen sentido en los servicios lineales en abierto. Pago o petición poseen instrumentos para evitar el acceso de menores.</p>
<p>Art. 98. Potenciar contenidos infantiles adaptados a la edad y madurez del menor, y que resulten beneficiosos para su desarrollo.</p>	<p>Save The Children</p>	<p>Se acepta.</p>



Capítulo II – Accesibilidad

Contribución	Interesado/s	Valoración
Art. 99. Citar normas UNE calidad para subtítulo y audiodescripción y referir la calidad del Subtítulo al CNSLE.	CNLESE, CNSE ATRAE, CERMI, CESyA, y ONCE.	Se acepta incluir referencia a la normativa UNE vigente y referir la Lengua de signos a las directrices del CNSLE.
Art. 99 Accesibilidad páginas web y apps que dan acceso.	CERMI	Se acepta.
Art. 99. Incorporar explícitamente como situaciones de emergencia las “crisis de salud pública y otros desastres”.	CERMI	Se acepta parcialmente.
Art. 100. Incremento generalizado tanto de los porcentajes de subtítulo como de las horas destinadas a audiodescripción y lengua de signos.	Federación AICE, ONCE, ATRAE, CNSLE, CNSE, FESOCA, FANS	Se acepta parcialmente.
Art. 101 y 102. Exceptuar de la obligación a los servicios que se ofrecen para su difusión exclusiva en otros países de la UE.	CONNECTA, AmChamSPain	Se acepta parcialmente. Se libra de porcentajes concretos, pero la AVMSD obliga a la accesibilidad de los servicios.
Art. 101 y 102. Fusionar en un único artículo las obligaciones.	Telefónica, Orange	No se acepta para mantener claridad expositiva.
Art. 101 y 102. Incluir obligaciones de lengua de signos.	CNSE, CNSLE, FESOCA y FANS	Se acepta incorporar una obligación genérica.



Art. 103. Obligación de mantener la accesibilidad solo con formatos interoperables.	Telefónica, Orange, DigitalES, Adigital	Se acepta parcialmente. Se somete la interoperabilidad a los acuerdos de correulación que se firmen para el desarrollo de la accesibilidad.
Art. 104 y 105. Incluir reparto competencial entre AGE y CCAA.	CCAA, Reguladores autonómicos y FORTA	Se acepta.
Art. 106. Consultar a las organizaciones de personas discapacitadas en el diseño de los códigos.	CERMI	Se acepta.
Art. 107. Restringir el papel del CESyA a los estatales, y por otra parte, incluir al CNLSE para la Lengua de signos.	CNLSE, reguladores autonómicos y CCAA	Se acepta.
Incluir un régimen transitorio de cara a la exigibilidad del cumplimiento de las obligaciones por parte de los sujetos obligados	MEDIASET, FORTA País Vasco, Xunta de Galicia o MEDIAPRO	Se acepta

Capítulo III – Promoción obra europea

Contribución	Interesado/s	Valoración
Art. 110. Incluir la posibilidad de que un productor sea independiente si produce por encargo.	MEDIASET, UTECA, Telefónica, CONECTA, DISNEY, AmChamSpain, AEVOD, HBO AMAZON, AMETIC, Adigital, DIGITALES	Se mantiene el enfoque de la ley actual.



Art. 110. Remitir la definición de productor independiente a la presente en la Ley del Cine.	PROA, MAP, DIBOOS, Xunta de Galicia y FECAU	No se acepta.
Art. 112. Exceptuar de la obligación a los servicios con baja audiencia para la cuota de obra europea. Asimismo en el artículo 115 Introducir las exenciones para servicios con baja audiencia, temática o naturaleza para la obligación de financiación.	CONNECTA, DISNEY, AEVOD, HBO, APPLE, AMAZON, y AETDT	Se acepta.
Art. 113 y 114. Los porcentajes de presencia de obra audiovisual europea son mínimos exigibles.	PROA, MAPA, PROFILM, DIBOOS, EGEDA	Se acepta.
Art. 115. No computar las aportaciones del productor independiente para el cumplimiento.	MEDIASET, MEDIAPRO, PATE	Se acepta.
Art. 115. Supresión de la contribución al fondo gestionado por ICAA.	ADICINE, PROA, AEC, DIBOOS, MAPA, PIAF, PROFILM, MEDIAPRO, y PATE	No se acepta. El Fondo sólo se contempla como opción de flexibilización más, no es de obligado cumplimiento
Art. 115. Incluir un listado cerrado de ingresos audiovisuales a tener en cuenta para generar la obligación así como un listado cerrado de formas de cumplir la obligación.	MEDIASET, UTECA, Telefónica, Orange, Adigital, DigitalES Cataluña, PROA, MAPA PROFILM, DIBOOS	No se acepta. Se cree pertinente incluirla en el desarrollo reglamentario dados los ágiles cambios que se producen en el mercado audiovisual.
Art. 116. Sólo aplicable al prestador público estatal.	FORTA, CAA y País Vasco	No se acepta. Se mantiene el sistema de la Ley 7/2010, que aplica a todos los públicos.



Art. 117. Recuperar la posibilidad de cumplir obligación de financiación mediante compra de obra terminada a los que ingresen más de 50M€.	MEDIASET, UTECA, CONECTA, DISNEY, AEVOD, Telefónica, Orange, Vodafone, AMETIC	Se acepta. Mayor flexibilidad para los prestadores y opinión favorable de los productores.
Art. 117. Recuperar la flexibilización de la tematicidad.	UTECA, CONECTA, DISNEY, Telefónica, Orange, DigitalES, Adigital	No se acepta. El nuevo diseño de la obligación ya proporciona la necesaria flexibilidad.
Art. 118. Delimita funciones regulador audiovisual estatal y de los autonómicos.	CAA, CAC, Cataluña, País Vasco, Xunta de Galicia	Se acepta.
Art. 113, 114, 116 y 117. Establecer nuevas subcuotas en lenguas oficiales, o modificar las cuotas ya existentes para incrementar/reducir las fijadas.	MEDIASET, UTECA, CONECTA, DISNEY, AEVOD, HBO, AMAZON, Telefónica, Orange, Vodafone, AMETIC, RTVE, PROA, DIBOSS, MAPA, PIAF, PROFILM, FECE, AIC, FECAU, Academias de cine, Cataluña, Plataforma de la Lengua Catalana	Se acepta parcialmente. Se diseña una nueva obligación que intenta conciliar los intereses de los prestadores con el objetivo de incrementar la producción audiovisual en nuestro país..



Capítulo IV – Comunicaciones comerciales

Contribución	Interesado/s	Valoración
Art. 119. Introducir las separaciones permitidas por la AVMSD.	MEDIASET, UTECA	Se acepta.
Art. 120. Suprimir la publicidad que genere angustia o terror por indefinición del concepto.	MEDIASET, UTECA, MEDIAPRO, AERC, AEA	Se acepta.
Art. 121. Replantear la prohibición de la publicidad alcohol.	AMETIC, ADIGITAL, AERC, SER, Destilerías	Aceptada parcialmente. Equilibrio entre razones de salud pública, Level playing field, y seguridad jurídica.
Art. 121. Referir publicidad de juegos de azar a la normativa sectorial del juego.	Adigital	No se acepta.
Art. 122. Incluir la figura de los Influencers.	CAC	Se acepta parcialmente. Se limita la posibilidad de realizar ciertas publicidades en el título de las VSP.
Art. 123. Añadir la publicidad electoral sometida al régimen de la LOREG.	CAC	Se acepta.
Art. 126. Nueva definición de patrocinio.	MEDIASET, UTECA, AERC	No se acepta. AVMSD.
Art. 127. Permitir los emplazamientos gratuitos, de bajo valor económico o por suministro de bienes.	CONNECTA, AmChamSpain	No se acepta. El emplazamiento ya está permitido sin condicionantes tras las modificaciones introducidas en la AVMSD.



Art. 128. Sustituir protagonistas por participantes para realizar telepromociones.	MEDIASET, UTECA	Se acepta.
Art. 132. Suprimir la aprobación previa de la CNMC para el carácter benéfico.	MEDIASET, UTECA	Se acepta.
Art. 134. Emplear diferenciación en vez de separación por la AVMSD.	UTECA	Se acepta.
Art. 135. Exceptuar del límite los espacios de Televenta.	MEDIASET, UTECA, CONECTA, AmChamSpain	Se acepta.
Art. 135. Exceptuar las telepromociones que cumplan una serie de requisitos.	MEDIASET, UTECA	No se acepta. AVMSD las computa dentro de los límites cuantitativos de publicidad.
Art. 135. Incluir límite adicional de 12 minutos por hora.	PULSA, AUC	No se acepta. AVMSD introduce límites por franjas horarias.
Art. 136. Adaptar la redacción a la AVMSD.	UTECA, MEDIASET	Se acepta.
Art. 139. Eliminar la palabra retransmisión por su significado	UTECA	Se acepta.
Regular las comunicaciones comerciales proporcionadas a través de las VSP, y someterlas a los códigos actuales	CAC, AUTOCONTROL	No se aceptan. AVMSD impone conjunto mínimo de reglas a las comunicaciones comerciales distribuidas a través de VSP.
Empleo del término “servicios religiosos” en vez de “programas religiosos” en el articulado relativo a las obligaciones sobre comunicaciones comerciales	MEDIASET, UTECA	Se acepta parcialmente, En algunos artículos se empleara “servicio religioso”, y en otros “programa religioso” como dicta la AVMSD.



TÍTULO VII. La contratación en exclusiva de la emisión de contenidos audiovisuales

Contribución	Interesado/s	Valoración
Art. 142 Modificar la redacción del punto 2 sobre los servicios a petición ya que no es conforme con la AVMSD.	MEDIASET, UTECA, FORTA	Se acepta.
Art. 142. Repercutir los costes técnicos de la elaboración del resumen.	MEDIAPRO, Telefónica, DigitalES, Adigital, CEOE, La Liga	Se acepta.
Art. 142. Modificar noticiario por diferentes alternativas: <i>programa regular de información general, noticiarios regulares de carácter general, informativo de carácter general.</i>	Telefónica, DigitalES, Adigital, FORTA, MEDIAPRO	Se acepta parcialmente.
Art. 143. Suprimir el derecho de acceso de los prestadores radiofónicos.	La Liga	No se acepta.
Art. 144. Valorar la supresión del Catálogo de acontecimientos de interés general para la sociedad o suprimir acontecimientos del mismo.	MEDIAPRO, Telefónica, La Liga	No se acepta.
Art. 144 Incongruencias en la vigencia del catálogo con la disposición adicional primera.	La Liga, UTECA	Se acepta y se establece el mismo plazo en este artículo y en la disposición adicional primera.



Art. 144 Incluir eventos de interés general en el ámbito autonómico.	FORTA	Se acepta. Se clarifica que las CCAA podrán establecer catálogos para los prestadores bajo su competencia.
Art. 145. Suprimir la obligación de tener que emitir en abierto el evento sino existen ofertas o valorar que los distribuya el titular bajo sus medios.	MEDIAPRO, Telefónica	No se acepta.
Art. 145 Matizar que la oferta económica al titular de derechos debe ser acorde al valor.	Telefónica	No se acepta. Ya existe libertad para la negociación entre partes.
Considerar a los efectos del presente título que la emisión en cadena con una cobertura del 80% se considerará ámbito estatal.	FORTA	No se acepta. Los eventos incluidos en el catálogo son de interés general para la población, un porcentaje del 80% no se considera óptimo pues habría regiones donde los ciudadanos no tendrían acceso a los eventos.

TÍTULO VIII. Política audiovisual

Contribución	Interesado/s	Valoración
Art. 149. Incluir en el Plan trienal de ordenación e impulso del sector audiovisual el fomento de las obras audiovisuales de productores independientes.	PROA, DIBOOS	Se acepta. Coherente con la apuesta por las obras audiovisuales de productores independientes de la Directiva y el APL.



Art. 149. Incluir en el Plan trienal de ordenación e impulso del sector audiovisual el fomento de las obras audiovisuales dirigidas o creadas exclusivamente por mujeres.	CIMA	Se acepta. Supone una medida de impulso a este tipo de obras.
Art. 149. Incluir en el Plan trienal de ordenación e impulso del sector audiovisual el fomento de las actividades de alfabetización mediática.	Plataforma de Defensa de la Comunicación y Periodismo de Andalucía (PDCPA)	Se acepta. Numerosas contribuciones en la línea de señalar la importancia de la alfabetización mediática.

TÍTULO IX. Autoridades audiovisuales competentes estatales

Contribución	Interesado/s	Valoración
Art. 151. Señalar que el título IX no tiene carácter básico al referirse solo a autoridades estatales.	CAC	Se acepta.

TÍTULO X. Régimen sancionador

Contribución	Interesado/s	Valoración
Art. 152 (principios generales). Precisar el tipo de trámite de alegaciones al que le es aplicable plazo no inferior a un mes.	Galicia	Se acepta. Se trata del plazo de alegaciones previsto en el art. 76 Ley 39/2015.



Art. 153.2. Especificar que la CNMC ejerza sus competencias en colaboración con las autoridades reguladoras independientes autonómicas	CAC	Se descarta. El principio de colaboración entre AA.PP. está en la Ley 40/2015 (art. 141).
Art. 153.2.b) Especificar que se trata de prestadores privados que sobrepasen el ámbito autonómico. Los prestadores del servicio público audiovisual de ámbito autonómico no quedan bajo competencia de la CNMC	FORTA	Se descarta. CNMC actuara en el caso de servicios audiovisuales que tengan ámbito estatal conforme al artículo 38
Art. 153.3. Recoger de forma expresa la competencia de las CC.AA. para emisiones de prestadores públicos autonómicos distintas a ondas hertzianas.	FORTA	Se acepta. Se reconoce la competencia sancionadora de las CCAA.
Art. 154 (<i>Responsabilidad por la comisión de infracciones</i>). Mantener la exención de responsabilidad prevista en el art. 61.2 vigente LGCA para no vulnerar principio de culpabilidad.	MEDIASET, UTECA, CONECTA, Disney; AEVOD, CAC, TESAU; TDI, XAL, TVPC, MEDIAPRO, PULSA; AmChamSpain.	Se acepta. Se mantiene lo dispuesto en la LGCA.
Art. 154.1.b). En la determinación de los responsables de infracciones a la ley audiovisual, añadir “redes sociales”.	Telefónica, Orange, Digital. es	Se descarta. No es un término definido ni en Directiva ni en APL. En todo caso, es suficiente con la inclusión de servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, tal como se definen en el art. 2 APL, que es trasposición de la Directiva SCA.



<p>Art. 155.2. Infracción muy grave por comunicaciones comerciales que utilicen la imagen de las mujeres con carácter vejatorio o discriminatorio:</p> <ul style="list-style-type: none">- Doble tipificación: Infracción muy grave (155.2) y grave (art. 155.18).- Estudiar encaje del informe del Inst. Mujer dentro del tipo infractor, y su posible eliminación.	<p>UTECA, CAA IcMedia</p>	<p>Se aceptan ambas. Evitar duplicidad de tipos, y mejora jurídica.</p>
<p>Art. 155.14. (infracción muy grave sobre obligaciones de promoción de obra europea). Desdoblar en dos infracciones, una para las obligaciones de cuota de emisión, y otra para las de financiación.</p>	<p>PROA, DIBOOS, AEC, PIAF, MAPA, PROFILM</p>	<p>Se acepta. Mejora jurídica y mayor claridad en la definición de tipos.</p>
<p>Art. 155. Añadir tipo infractor para la alteración no autorizada de cualquiera de los parámetros técnicos de emisión que vengan definidos en la concesión de uso privativo del espectro radioeléctrico.</p>	<p>Galicia, País Vasco, CAC.</p>	<p>Se acepta. Actualmente tipificada en art. 57.7 LGCA como infracción muy grave.</p>
<p>156.31 (infracción grave relacionada con el breve resumen informativo previsto en el art. 142). Tipificar también el incumplimiento para prestador que emite el resumen e igualar al régimen sancionador previsto para el titular de derechos (infracción grave).</p>	<p>MEDIAPRO, LFP</p>	<p>Se acepta parcialmente. Se tipifica como infracción leve el incumplimiento del prestador que emite el resumen. No es equiparable la gravedad del primer supuesto (no permitir a otros prestadores la emisión del breve resumen informativo) con el segundo (emitir el resumen, para lo que están legalmente autorizados, pero incumpliendo alguno de los requisitos fijados en la norma).</p>



<p>Art. 156.33. Infracción grave relacionada con la obstrucción a las facultades de supervisión y control. Ampliar tipo a las funciones de inspección.</p>	<p>Galicia, País Vasco, Baleares</p>	<p>Se acepta parcialmente: incluir las facultades de inspección de la autoridad audiovisual, y el retraso injustificado en la aportación de datos exigidos por requerimiento de dicha autoridad.</p>
<p>Art. 158. (sanciones). En relación con sanciones actuales de la LGCA, propuestas para reducir incremento desproporcionado en la cuantía de las multas (eliminar cuantías mínimas, y rebajar topes máximos, de forma que no supongan un incremento desproporcionado e injustificado sobre lo previsto en la LGCA vigente), y por el empleo del criterio de facturación para servicios televisivos.</p> <p>Otras se limitan a pedir una flexibilización en la imposición de sanciones (eliminar cuantías mínimas), o precisiones y cambios en el criterio de facturación.</p> <p>Finalmente, otras proponen esos cambios en criterio de facturación también a prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal o a petición establecidos en otro Estado miembro de la Unión Europea que dirigen sus servicios a España, por infracción de lo previsto en la Sección 3ª, del Capítulo III, del Título VI</p>	<p>MEDIASET, UTECA, Disney, CONECTA, Orange, Amazon, AEVOD, AmChamSpain.</p> <p>MEDIAPRO</p> <p>CONECTA, Disney, AEVOD, AmChamSpain</p> <p>CONECTA, Disney, AmChamSpain.</p>	<p>Se aceptan parcialmente. Se eliminan cuantías mínimas y se adaptan topes máximos, vistos los existentes en la LGCA, mercado audiovisual actual, mayor coherencia y proporcionalidad para todos los tramos y prestadores. En cuanto al criterio de facturación, se adopta el criterio empleado para la obligación de financiación de obra audiovisual europea (ingresos devengados conforme a la cuenta de explotación: art. 115), y aplicación de ese criterio a todos los prestadores responsables que tengan obligaciones de acuerdo a lo previsto en la Ley.</p> <p>El criterio para determinar los ingresos devengados a prestadores establecidos en otros EE.MM. obligados por LGCA a financiación de obra europea es el mismo (los obtenidos en el mercado audiovisual español).</p>



Art. 158.1. Contemplar otras sanciones distintas a las multas, como cese de emisiones o precintado de equipos o instalaciones.	País Vasco, Castilla-La Mancha, I.Baleares.	Se acepta parcialmente. Se añaden, como sanciones accesorias para determinadas infracciones muy graves, la revocación de licencia, el cese de la prestación de servicios, el cese de emisiones y precinto provisional de equipos e instalaciones.
Art. 161 (medidas previas) y 162 (medidas cautelares). Especificar que se trata de medidas provisionales, en consonancia con lo que dispone la Ley 39/2015, y mejora del alcance de la medida previa prevista del art. 161.1.b)	CAC	Se acepta. Mejora jurídica.
Art. 164 (graduación de sanciones). Diversas propuestas para modificar parcialmente y completar el listado de criterios.	UTECA, MEDIASET, AMETIC, AmChamSpain, MEDIAPRO, CONECTA, IcMedia	Se aceptan parcialmente algunos criterios, en parte ya recogidos en LGCA, y otros que también aportan mejoras.
Art. 164.2 (graduación de multas coercitivas). Modificar criterio de referencia para determinar cuantía de la multa coercitiva, para aplicar mismo criterio aplicado para las obligaciones de financiación de obra europea	MEDIAPRO.	Se acepta. Ver valoraciones al art. 158 (sanciones).



Disposiciones adicionales, transitorias, derogatorias y finales

Contribución	Interesado/s	Valoración
Disposición adicional primera. Revisar la vigencia de los catálogos y armonizar con artículo 144.	UTECA,CAC	Se acepta.
Disposición adicional segunda. Incluir a organizaciones y asociaciones del cine.	ADICINE, PROA, MAPA, DIBOOS	No se acepta. Es un grupo de reguladores para intercambio de experiencias.
Disposición transitoria primera. Suprimir la disposición.	Telefónica, La Liga	No se acepta.
Disposición transitoria segunda. Meter la calificación apta para todos los públicos.	MEDIASET	Se acepta.
Disposición transitoria tercera. Suprimir la disposición.	TDI, Xarxa, TVPC, CAC, AERC	No se acepta.
Disposición transitoria tercera. Rediseñar y aclarar el procedimiento para evitar la afectación de competencias.	Cataluña, Castilla La Mancha	No se acepta.
Disposición transitoria nueva. Integridad de las emisiones y su adaptación por los fabricantes.	AMETIC, SAMSUNG	Se acepta.
Disposición final primera. Conceder a la CNMC las competencias de registro, comunicación previa, licencias, pluralismo.	EMA-RTV, PDCPA	No se acepta.



Disposición final tercera. Suprimir el apartado para modificar la obligación de obra europea.	AEVOD, Telefónica, Orange, DigitalES, Adigital, CEOE	Se acepta.
Disposición final quinta. Conceder un plazo a los prestadores establecidos en otros EEMM para cumplir con las obligaciones.	AMAZON, AMETIC, Adigital	Se acepta.
Nueva Disposición final para modificar el sistema de financiación de CRTVE.	MEDIASET, AETDT, HBO, Telefónica, Orange, DigitalES, Adigital, CEOE, PROA, MAPA, DIBOOS	Se acepta parcialmente. En base a la búsqueda de un Level playing field se opta por incluir a prestadores de servicios de comunicación audiovisual a petición y a prestadores de servicios de intercambio de videos a través de plataforma, y se excluye del ámbito a los operadores de telecomunicaciones conforme a lo enunciado en la Hoja de Ruta para fomentar la inversión en redes y servicios 5G presentada el 7 de mayo de 2021. Dichos operadores seguirán financiando el ente público a través de la tasa por reserva de espectro radioeléctrico. Por otra parte, la reforma del modelo de financiación incluye la atribución de la competencia de gestión, liquidación, inspección y recaudación de las aportaciones a la Corporación de RTVE a la Agencia Estatal de Administración Tributaria
Nueva disposición final para permitir a las AIE poder optar a los incentivos, modificando el requisito de que deben ser independientes establecido en un RD legislativo.	MEDIASET, UTECA	No se acepta.



Nueva disposición final. Modificar Ley del cine para incluir la definición de productor independiente del APL audiovisual.	MEDIAPRO	No se acepta.
--	----------	---------------



ANEXO 6. Análisis de las contribuciones del Informe de la CNMC

TÍTULO PRELIMINAR: Disposiciones generales

Contribución	Valoración
Art. 2.7. Incluir la neutralidad tecnológica haciendo referencia al Cuadro Nacional de Atribución de Frecuencias.	Se acepta.
Art. 2.13. Eliminar la referencia a la radio conectada por confusa e innecesaria.	Se acepta.
Art. 3.7. Restringir la obligación de promoción de obra europea a los establecidos en otros países de la UE a la obligación de financiación	Se acepta.

TÍTULO I. Principios generales de la comunicación audiovisual

Contribución	Valoración
Art. 5. Echan en falta alguna medida concreta que fomente el pluralismo interno.	Se descarta. Su fomento se promoverá a través de la autorregulación.
Art. 14. Incluir que los códigos de conducta cumplan la normativa de competencia.	Se acepta. Estaba incluido en la Ley 7/2010.
Art. 14. Incluir sometimiento explícito al principio de legalidad.	Se acepta. Estaba incluido en la Ley 7/2010.



TÍTULO II. La prestación del servicio de comunicación audiovisual televisivo

Contribución	Valoración
Arts. 36 a 41 (Capítulo III del Título II). Extender a servicios radiofónicos	Se acepta.
Art 38. Competencia para la gestión y llevanza del Registro a la CNMC	No se acepta. Se mantiene el diseño actual de gestión de títulos en el MAETD extendido y aceptado por el mercado
Competencia a la CNMC de suspensión y bloqueo de los servicios transfronterizos de terceros estados	No se acepta. El bloqueo debe ser un proceso garantista, y hoy en día ya se puede realizar por orden judicial siempre que se difundan cierto tipo de contenidos.
Servicios audiovisuales ofrecidos a través de servicios de intercambio de videos, definirlos e incluirlos con un conjunto mínimo de reglas: comunicaciones comerciales y protección espectador	No se acepta. Las VSP ya deben recoger normas sobre ciertos contenidos y comunicaciones comerciales.

TÍTULO III. La prestación del servicio público de comunicación audiovisual

Contribución	Valoración
Art. 61. Alusión a la normativa de ayudas de estado y al principio de eficiencia de prestación de servicios.	Se acepta. Mayor seguridad jurídica.
Art. 65. Adaptar mejor el artículo a la Comunicación de la Comisión Europea.	Se acepta. Mejora técnica.



TÍTULO IV. La prestación del servicio de comunicación audiovisual radiofónico y sonoro a petición

Contribución	Valoración
Art. 75. Añadir previsión sobre responsabilidad editorial similar al art. 15.2	Se acepta. Mismo régimen de responsabilidad que la prevista para televisión.
Art. 82 (protección de menores). Completar y mayor concreción, especialmente para los servicios de radio a petición.	Se acepta. Se completa protección para servicios lineales (se añade derechos del menor del art. 93 APL), promoción de códigos en este ámbito, y plasmación de obligaciones para servicios sonoros a petición.

TÍTULO V. La prestación del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma

Contribución	Valoración
Art. 90 Clarificar que las plataformas son responsables de todos los tipos de comunicaciones comerciales que inserten, incluyan o gestionen en los vídeos de terceros, sean o no audiovisuales.	No se acepta. Las plataformas solo pueden ser responsables de aquellas comunicaciones comerciales que gestionen ellas conforme a la AVMSD.



TÍTULO VI. Obligaciones de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo

Capítulo I – Protección Menores

Contribución	Valoración
Art. 95. Compatibilizar sistema descriptores con sistema de calificación bajo modelo de corregulacion.	Se acepta.
Art. 96. Incluir que las comunicaciones comerciales dispongan de calificación.	Se acepta.
Art. 96. Conceder a los servicios audiovisuales prestados de forma exclusiva para otros EEMM adaptarse a las calificaciones del país destino siempre que ofrezcan una protección equivalente a la española.	Se acepta.
Art. 97. Supresión de franjas de protección reforzada, o en su caso justificar mejor supresión de las franjas.	No se acepta. El mecanismo de franjas está ampliamente implantado en los servicios lineales en abierto, y funciona correctamente.
Art. 97. Valorar la posibilidad de poder modificar la franja de contenidos infantiles mediante desarrollo reglamentario.	No se acepta.
Disposición transitoria segunda. Modificar las calificaciones y prever que en tanto no se alcance el acuerdo de corregulacion, en los contenidos televisivos se emplearan los criterios adoptados por la CNMC en 2015.	Se acepta



Capítulo II – Accesibilidad

Contribución	Valoración
Art. 99. Citar normas UNE calidad para subtítulo y audiodescripción	Se acepta incluir referencia a calidad de la accesibilidad a la normativa UNE vigente.
Art. 100. Mantener la accesibilidad de los contenidos emitidos por los servicios lineales y clarificar como emplear servicios televisión conectada	No se acepta. La accesibilidad deberá mantenerse en todos los servicios de un prestador ya sean lineales o no lineales.
Art. 105. Calificar el papel de la CNMC como punto de contacto o valorar otras opciones	No se acepta. CNMC supervisa las obligaciones de accesibilidad en servicios de comunicación audiovisual.
Exención de la obligación para los prestadores de servicios audiovisuales de bajo volumen de negocios	No se acepta. La AVMSD establece accesibilidad universal y no fija exenciones.
Porcentajes de cumplimiento fijados en criterios sobre franjas horarias o géneros programáticos	No se acepta. La propuesta ya incluye horarios/géneros programáticos.
Establecer la obligación de señalar las medidas de accesibilidad en pantalla y en la web de los operadores	Se acepta parcialmente, el APL ya prevé que se señalicen los contenidos accesibles

Capítulo III – Promoción obra europea

Contribución	Valoración
Art. 108. Clarificar que la obligación de cuota es por servicio y no por prestador	Se acepta.



Art. 112. Exceptuar de la obligación a los servicios con baja audiencia para la cuota de obra europea. Asimismo en el artículo 115 Introducir las exenciones para servicios con baja audiencia, temática o naturaleza para la obligación de financiación	Se acepta.
Art. 118. Considerar bien en la Ley bien en los desarrollos la posibilidad de compartir información con otras NRA y requerir información a los prestadores establecidos en otros EEMM	Se acepta. Requerimientos ya están incluidos en APL, compartición al desarrollo.
Art. 113, 114 y 117. Establecer nuevas subcuotas en lenguas oficiales, o modificar las cuotas ya existentes para incrementar/reducir las fijadas.	Se acepta parcialmente. Se diseña una nueva obligación que intenta conciliar los intereses de los prestadores con el objetivo de incrementar la producción audiovisual en nuestro país..

Capítulo IV – Comunicaciones comerciales

Contribución	Valoración
Art. 119. Introducir un nivel sonoro máximo para las comunicaciones comerciales	No se acepta.
Art. 132. Suprimir la aprobación previa de la CNMC para el carácter benéfico	Se acepta.
Art. 136. Adaptar al texto de la AVMSD	Se acepta.
Empleo de <i>servicios religiosos</i> en vez de <i>programas religiosos</i> en el articulado de comunicaciones comerciales	Se acepta parcialmente, En algunos artículos se empleara servicio religioso, y en otros programa religioso como dicta la AVMSD
Requerir consentimiento del usuario en publicidad híbrida o interactiva	Se acepta.



TÍTULO VII. La contratación en exclusiva de la emisión de contenidos audiovisuales

Contribución	Valoración
Art. 142. redacción del punto 2 no es conforme con la AVMSD	Se acepta.
Art. 144. Suprimir la condición de emisión en abierto y de ámbito nacional porque ya está en artículo 145. Añadir Gram Slam de tenis	No se aceptan. Seguridad jurídica.
Art. 145. Excluir a las VSP del ámbito del artículo	No se acepta. Las VSP son titulares de derechos exclusivos de competiciones en algunos países.
Art. 145. Eliminar el apartado 2, puede ser oneroso para cierto tipo de prestadores (OTT)	No se acepta. Sí los prestadores optan a comprar los derechos , deben poder gestionarlos o ponerlos a disposición del público

TÍTULO VIII. Política audiovisual

Contribución	Valoración
Art. 149. Las medidas deben desarrollarse con pleno respeto a la normativa en materia de competencia.	Se acepta.



TÍTULO IX. Autoridades audiovisuales competentes estatales

Contribución	Valoración
Art. 151. Incluir en las funciones de la CNMC las de promoción de autorregulación y correulación.	Se acepta. Tiene funciones de control.
Art. 151. Establecer deber general de colaboración con las autoridades audiovisuales estatales.	Se acepta. Seguridad jurídica.

TÍTULO X. Régimen sancionador

Contribución	Valoración
Art. 153 (competencias sancionadoras). Por coherencia con reparto general de competencias, recoger competencia del Mineco para infracciones en materia de negocios jurídicos sobre licencias de tv o radio.	Se acepta. Mineco es la autoridad competente en la gestión de títulos habilitantes.
Art. 153. Clarificar el papel a desempeñar por la autoridad de regulación audiovisual, y en su caso, establecer los necesarios mecanismos de coordinación, en ámbitos complejos y especializados, como la publicidad sobre medicamentos, productos sanitarios y actividades de juego	Se acepta prever mecanismos de apoyo y colaboración con la CNMC de los órganos competentes del Estado que tengan atribuidas competencias en materia de medicamentos, productos con pretendida finalidad sanitaria, o actividades de juego.
Art. 153. Establecer mecanismos de colaboración en materias complejas y especializadas (medicamentos, productos con pretendida finalidad sanitaria, o actividades de juego) entre la CNMC y órganos competentes del Estado en esas materias.	Se acepta.



Art. 155. Infracciones muy graves. Incluir contenidos que favorezcan situaciones de desigualdad de las mujeres o que inciten a la violencia sexual o de género	Se acepta parcialmente, ya que se tipifica como infracción muy grave las comunicaciones comerciales que utilicen la imagen de las mujeres con carácter vejatorio o discriminatorio.
Art. 156.3 Infracción grave por ausencia de inscripción en el Registro. Propuesta para añadir a todos los prestadores de servicios de comunicación audiovisual que están obligados a inscribirse en el artículo 38 del APL y no sólo aplicable a las plataformas.	Se acepta parcialmente. El art. 38 establece la obligatoriedad de la inscripción en el Registro, por lo que además se incluirá a prestadores del servicio de agregación.
Art. 163 (multas coercitivas). Introducir concreciones: diferenciar de las sanciones, e ingreso de su importe en Tesoro Público.	Se acepta. Mejora jurídica.
Art. 164 (graduación de sanciones). Diversas propuestas para modificar parcialmente y completar el listado de criterios.	Se aceptan parcialmente algunos criterios, en parte ya recogidos en LGCA, y otros que también aportan mejoras.

Disposiciones adicionales, transitorias, derogatorias y finales

Contribución	Valoración
Disposición transitoria segunda. Incluir la calificación "Apto para todos los públicos" en el listado incluido en la disposición.	Se acepta.