



UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL
DEPARTAMENTO DE CINEMA E VÍDEO

TELEBASURA NA ESPANHA,
uma discussão sobre a fragilidade do conceito
de qualidade televisiva

PAULA RAMOS LOUSADA ROCHA

Niterói

2013

TELEBASURA NA ESPANHA,
uma discussão sobre a fragilidade do conceito
de qualidade televisiva

Monografia submetida à Banca de Graduação como requisito parcial obrigatório para obtenção do título de Bacharel em Cinema e Audiovisual.

PAULA RAMOS LOUSADA ROCHA

Orientador: Prof. Dr. Felipe Muanis

Niterói
2013

PAULA RAMOS LOUSADA ROCHA

TELEBASURA NA ESPANHA,

uma discussão sobre a fragilidade do conceito de qualidade televisiva

Trabalho de Conclusão do Curso apresentado no Instituto de Artes e Comunicação Social.

Aprovado em 29 de julho de 2013.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dra. Denise Tavares
UFF – Universidade Federal Fluminense

Prof.^a Dra. Índia Mara Martins
UFF – Universidade Federal Fluminense

Prof. Dr. Felipe Muanis
UFF – Universidade Federal Fluminense



Universidade
Federal
Fluminense
CENTRO DE ESTUDOS GERAIS
IACS - INSTITUTO DE ARTE & COMUNICAÇÃO SOCIAL
DEPARTAMENTO DE CINEMA & VÍDEO
Parecer de Projeto Experimental

Aluno	PAULA RAMOS LOUSADA ROCHA		
Habilitação	Cinema	Mat	10857002-7

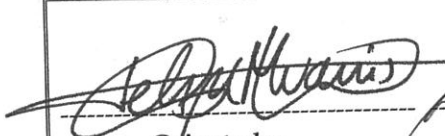
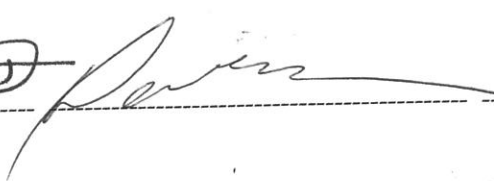
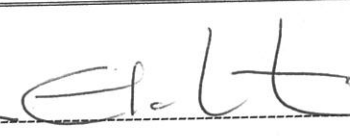
Título
Telebasura na Espanha: uma discussão sobre a fragilidade do conceito de qualidade televisiva

Banca			
Orientador	Prof	Felipe Muanis	
	Prof	Denise Tavares	
	Prof	Índia Mara Martins	

Data de apresentação	29/07/2013
----------------------	------------

Parecer
<p>A banca destaca o trabalho bem estruturado e organizado, com riqueza de dados e fontes primárias que demonstram envolvimento com o projeto. Ressalte ainda o aproveitamento da aluna, do período de intercâmbio internacional, por desenvolver o trabalho de pesquisa ora apresentado. A banca sugere uma última revisão de modo também a agregar sugestões discutidas na defesa. Destaca, por fim, que a monografia ganha mais relevância na medida em que é um trabalho de fôlego e uma importante contribuição para a pesquisa de televisão na universidade.</p>

Nota final	10,0 (dez)
------------	------------

Assinaturas da banca	
 Orientador	
	

AGRADECIMENTOS

Aos mestres informais da vida e da academia, e à minha família.

À Universidade Pública que me acolheu e que me incumbiu um pouco da mentalidade e da definição mais pura do “público” como serviço e presente; bastava eu abrir os olhos... e eu abri.

Que a educação que eu tive e as ideias que propaguei e absorvi na universidade me sejam caras por toda a vida, e que eu possa devolver à sociedade o do que dela me nutri.

Que as setas amarelas desse caminho continuem apontando para uma certa direção.

Às mulheres de minha família e aos afetos sinceros.

“ Es que todavía eres joven, Sócrates – dijo Parmênides – y la filosofía no ha tomado aún posesión de ti. Vendrá el tiempo, si no me equivoco, en la que la filosofía te tendrá más firme en sus garras y entonces no despreciarás ni las cosas más humildes”

Platão, *Parmênides*, 130b

Decía un concursante de *Operación Triunfo*: “Que sea lo que Dios quiera. ¡Pero qué digo! ¡Si ellos [los televidentes] son Dios!”.

BUENO, p.115, 2002

RESUMO

O presente trabalho visa analisar, sob o prisma da televisão aberta espanhola, um termo surgido na década de 1990 intitulado *Telebasura*. Configurando-se no cenário do país como umas das maiores preocupações da sociedade nas esferas econômica, política e social, essa chamada televisão de má qualidade possui muitos vieses e características que sendo comumente pouco exploradas, comprometem o entendimento maior de produtos culturais e da própria televisão como um todo. Esse estudo aprofunda reflexões sobre o papel do estado e da própria população nesse espaço televisivo, focando essa discussão nos cinco principais canais da televisão generalista da Espanha, *La 1*, *La 2*, *Tele5*, *Antena 3* e *Cuatro*, canais essas fontes das informações aqui citadas. Como objeto de análise, o programa *Sálvame* - uma das mais polêmicas atrações televisivas da Espanha, exemplifica e comprova as ideias aqui descritas.

RESUMEN

El trabajo propuesto visa un análisis, bajo el prisma de la televisión generalista española, un término que surgió en los años del 1990 intitulado *Telebasura*. Configurándose en el escenario del país como unas de las mayores preocupaciones de la sociedad en las esferas económica, política y social, esta llamada televisión de mala calidad posee muchos sesgos y características que así siendo poco explotadas comprometen el entendimiento más profundo de los productos culturales y de la propia televisión como un todo. Ese estudio se profundiza en las reflexiones sobre el papel del Gobierno y de la propia población en este espacio televisivo, enfocando esta discusión en las cinco cadenas principales de la televisión generalista de España, *La 1*, *La 2*, *Tele5*, *Antena 3* e *Cuatro*, cadenas estas fuentes de informaciones desde aquí citadas. Como el objeto de análisis, el programa *Sálvame* - una de las más polémicas atracciones de la parrilla española, comprueba las ideas aquí desarrolladas.

PALAVRAS-CHAVE

Telebasura - qualidade televisiva - televisão na Espanha - TV trash – programas basura – Sálvame

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS

1 - Share dos canais espanhóis	22
2 - Canais e operadoras espanholas	23
3 - Pesquisa sobre os conceitos de <i>telebasura</i>	28
4 – Grade de programação matutina.....	44
5 – Grade de programação vespertina.....	46
6 – Apresentadores de <i>Sálvame</i>	53
7 - Quadro “ <i>La defensora de la audiencia</i> ”	55
8 - Quadro “ <i>Quédate conmigo</i> ”	55
9 - Quadro “ <i>Sálvase quien pueda</i> ”	56
10 - Quadro “ <i>La parada Sálvame</i> ”	56
11 - Enquete sobre J. J	57
12 - Revista <i>Sálvame</i>	58
13 - Praça <i>Sálvame</i>	59
14 - Cenas do programa	60
15 - <i>Sálvame</i> revela o QI dos apresentadores	66
16 - QI dos apresentadores	66
17 - Cenário 1	67
18 - Cenário 2	67
19 - Cenário 3	68
20 - Cenário 4	68
21 - Jorge Javier Vázquez e Belén Esteban	69
22 - Jorge Javier Vázquez	69
23 - Belén Esteban	70

24 - Kiko Hernández e Paz Padilla.....	70
25 - Jorge Javier Vasquez e Belen Esteban em sua volta à tv	70
26 - Imagem 1	71
27 - Imagem 2	71
28 - Imagem 3	72
29 - Imagem 4	72
30 - Imagem 5	73
31 – Imagem 6	73
INTRODUÇÃO.....	9
1 - MEMÓRIA E PERCURSO: UM POUCO DE HISTÓRIA.....	13
2 - O QUE É <i>TELEBASURA</i>?.....	24
2.1 Uma (in)definição para o reconhecível: <i>a telebasura</i> na Espanha	26
2.1.1. <i>Telebasura</i> desvelada e <i>telebasura</i> fabricada.....	31
2.2 Entre vulgar e o democrático: outra televisão é possível?	35
2.3 À margem do espaço televisivo.....	43
3 - A EXPERIÊNCIA TELEVISIVA EM SÁLVAME.....	53
CONSIDERAÇÕES FINAIS	63

INTRODUÇÃO

Em 2010 viajei à Espanha para morar e estudar durante um ano e diferente do que esperava encontrar – iludida pelo contexto da televisão britânica e pela televisão europeia de autor dos anos 1960 observei, externamente à universidade, que a televisão na cultura espanhola possuía em seu entorno um movimento social e político muito curioso, fragmentado, ativo e acima de tudo ambivalente.

A proposta desse trabalho, com foco nos princípios canais da televisão aberta espanhola, é levantar pontos de reflexão sobre um termo televisivo polêmico, que encontrou na Espanha um terreno fértil para se desenvolver e consolidar-se como um importante segmento da economia audiovisual. Esse termo chamado de *Telebasura*, que em uma tradução literal para o português significa *telelixo*, é caracterizado segundo o Conselho Audiovisual da Catalunha¹, criado em 2005, como o conjunto de programas que confluem a vulneração dos direitos fundamentais, a falta de consideração aos valores democráticos ou cívicos, como por exemplo o desprezo da dignidade que toda pessoa merece, o pouco ou nenhum respeito à vida privada ou a intimidade das pessoas ou utilização de linguajar chulo, grosseiro e impudico. Essa conceituação é feita de maneira subjetiva apoiada nos costumes morais e sociais da sociedade espanhola, que é conservadora, patriarcal e, todavia, monárquica.

Este não é um tema novo, a *telebasura* está presente na sociedade espanhola desde o início da década de 1990 coincidindo com a concessão de canais privados. No entanto, desde 2006 esta mesma sociedade vem em uma crescente discussão sobre outras possibilidades para a televisão no país. O progressivo interesse da classe política por essa questão é um importante marco de reconhecimento da importância de se discutir o tema, inclusive este é abordado em toda campanha política eleitoral, na qual se faz um combate duro a essa forma de se fazer televisão, discursos estes recheados de promessas de melhora da qualidade televisiva e de maior respeito ao telespectador. Em entrevista ao jornal *El Correo* em 30 de janeiro de 2005, o sociólogo e jornalista Lorenzo Díaz, que se dedica ao estudo da televisão espanhola, afirma que é impossível dissociar a *telebasura* da política praticada no país.

A alcunha *telebasura* aponta para uma depreciação do meio televisivo em geral, sustenta um discurso de censura branda a esses tipos de programas graças a um

¹ O Conselho do Audiovisual da Catalunha é uma autoridade de regulação audiovisual da região autónoma espanhola, a Catalunha.

aparente despreparo do governo em lidar e regulamentar um meio de comunicação que demonstra a cada ano que suas potencialidades são muito extensas. Essa análise resvala em outro conceito de alta complexidade em sua definição, a qualidade televisiva. Antagonista a esta, a *telebasura* também possui muitas lacunas ainda não preenchidas e enfrenta uma série de distorções e disposições equivocadas, que dificultam os processos de estudo do meio televisivo como um todo. Cabe a este trabalho apontar algumas interrogações importantes, que apesar de ainda perdurarem, poderão nos apontar outras facetas que devem ser exploradas na busca de um olhar atento ao tema.

A televisão na Espanha ergueu-se através de um forte monopólio estatal, com a criação da TVE (Televisión Española) em 1956, monopólio este que somente foi rompido no ano de 1990 quando foi autorizado o funcionamento do primeiro canal privado do país: *Antena 3*. A história da televisão no Brasil pouco se assemelha à história do meio que aqui vamos encontrar, pois a primeira emissão televisiva em solo brasileiro ocorreu em 1950 pela TV Tupi, um canal privado criado por Assis Chateaubriand, e somente 25 anos depois em 1975 foi inaugurado o primeiro canal público de maior expressão e cobertura nacional da televisão brasileira, a TVE Brasil (Televisão Educativa do Brasil)². Portanto, o cenário discutido nesse trabalho é antagônico ao brasileiro.

O primeiro capítulo deste trabalho trata do caminho que a televisão espanhola percorreu até chegar nos dias atuais, para assim depreender-se melhor como a *telebasura* se adaptou a este espaço e porque desperta tanto interesse em todas as esferas sociais. No segundo capítulo, a palavra *telebasura* se mostra onipresente ao longo do texto, na tentativa de desmistificá-la e alcançar algum conceito para que sua definição se torne menos nebulosa, focando sempre a análise no cenário espanhol, apesar desta também existir em outros países hispanófonos. As responsabilidades do Estado, do próprio cidadão e um pequeno apanhado de como a infância e a juventude estão à margem da televisão espanhola também estarão presentes nesse capítulo que considero ser o mais delicado, e que se propõe antes de tudo a formular ainda mais interrogações para promover uma discussão aprofundada, afastando as conclusões maniqueístas. Por último, nos deparamos no terceiro capítulo com um representante contundente da *telebasura*: o programa *Sálvame* que servirá como um objeto de

² A primeira televisão pública surgida no Brasil foi a TV Universitária de Pernambuco, no entanto esta era de cobertura estatal voltado ao ensino e de pouca expressividade em termos de audiência.

estudo na tentativa de exemplificar as ideias anteriormente expostas.

É nesse tipo de programação intitulado de *telebasura*, que grande parte dos aportes publicitários se apegam, devido aos surpreendentes números de audiência. Nela também o público se vê espelhado de alguma forma, pois a cultura espanhola é por si só muito explosiva, exagerada e dramática, o que transforma um programa que trata das mazelas do povo uma atração extremamente visual, emotiva, convulsionada e intempestiva. Portanto, é perceptível neste texto inflexões sobre o quanto a *telebasura* pode ser importante para sociedade e como a sua exclusão pode significar um ato de cerceamento do direito mais básico de todo cidadão.

Apesar de ser legítima a existência de programas que seguem uma linha exclusiva de entreter, é através deste tipo de programação que nos deparamos mais comumente com um desleixo de produtores e autoridades quanto à responsabilidade da produção e concepção desse tipo de atração, em um cenário no qual a televisão se afirma como o mais poderoso meio de comunicação atual, e o que possui maior penetração a nível mundial. Assim sendo, existem ambos os lados: a televisão que realmente necessita ser banida por ser irresponsável e ofensiva aos direitos do telespectador, ferindo a lei, e também a televisão que é colocada em uma categoria, denominada de forma depreciativa por não atender parâmetros estéticos e temáticos da alta cultura, sendo rebaixada por se propor a ser uma televisão extremamente popular.

A dificuldade da academia em relação ao tema está explicitado na bibliografia utilizada, que apresenta autores que se debruçaram sobre o tema específico no intuito de clarear um pouco mais esse campo. No entanto, falta-nos o olhar atento do próprio comunicólogo e dos estudiosos do meio, que só se manifestam em espaçados artigos. O opinião pública representa um grande guia nessa tentativa de desmistificação da *telebasura*, pois sua popularidade é também fruto de uma grande rejeição social. À primeira vista temos a tendência de moralizar os nossos pensamentos em relação a esses programas, porém este tipo de televisão visto por uma audiência mais crítica e atenta pode trazer mais benefícios que uma televisão dita de boa qualidade assistida por uma população desatenta. É preciso combater o pensamento que nós, telespectadores somos apenas uma massa de manipulação, posto que apesar disso fazemos uma eleição cotidiana dos programas que assistimos, dialogando com eles criticamente.

O que parece um tema tabu da sociedade espanhola se mostra um ambiente

fértil para se pensar o fazer televisivo como um todo e ilumina também os caminhos para pensar a televisão no Brasil, que possui a tendência de presenciar uma convulsão de programas semelhantes aos da *tebasura*, devido à sua rentabilidade e popularidade. Outra televisão é possível, basta ter os olhos atentos e saber por onde encontrá-la.

1. MEMÓRIA E PERCURSO: UM POUCO DE HISTÓRIA

A televisão na Espanha surgiu ofuscada pela implantação de uma rádio de qualidade, que até hoje muitos espanhóis têm orgulho de dizer que foi um serviço pioneiro na Europa, e que de fato foi. Nem mesmo Franco, para quem a televisão muito trabalhou, acreditava no seu potencial.

Na Espanha dos anos 1930, especificamente 1935, com o Regulamento de Serviço Nacional de Radiodifusão³ vislumbrou-se a chegada da televisão, introduzindo em seu primeiro artigo uma regulação cautelar sobre o meio *radio televisivo* “que por ventura um dia existiria naquele país” (PALÁCIO, 2005), ou seja, havia um furor ao redor da possibilidade de transmissão de imagens e sons, que a tecnologia e a indústria espanhola tardaria pouco a satisfazer. Foi então que na Feira Internacional de Mostras de Barcelona de 1936 que a sociedade da comunidade científica, pois assim era a televisão seu início - uma curiosidade científica - foi sanada. No *stand* do Instituto de Radiotécnico de Barcelona aconteceu a primeira exibição pública de um receptor genuinamente espanhol.

Em 1938, durante a Guerra Civil Espanhola⁴ se produziu a segunda transmissão experimental através do aparelho chamado Fonovisión. Foi uma conferência entre o general Franco e seu assistente, um pedido da Alemanha na tentativa de forçar a Espanha a desenvolver melhor a tecnologia de radiodifusão, afim de que o nacionalismo tivesse mais uma arma contra a ameaça bolchevique. No entanto, além de uma foto que imortalizou o ato e um pronunciamento oficial alemão e espanhol, não existem provas reais do acontecido. De fato, a Espanha ainda não estava pronta para solucionar as dificuldades técnicas encontradas como por exemplo, a baixa sensibilidade do sistema à luz, causando baixa luminosidade gerando imagens escuras e sem definição.

³O Regulamento de Serviço Nacional de Radiodifusão é a primeira base jurídica do que viria a ser o monopólio público sobre a televisão espanhola. Em 1935 a Espanha passava por um ambiente sócio-político agitado, estes foram os anos predecessores do franquismo. Essa regulação veio como um tipo de censura prévia às inserções políticas da programação radiofônica do país, impondo várias restrições. Logo, o que almejavam as autoridades espanholas era controlar o novo meio que não tardaria a chegar.

⁴ A Guerra Civil Espanhola foi um conflito armado deflagrado pelo fracassado golpe militar de 1936. Nessa época a Espanha passava por um momento político conturbado, pois havia acabado de sair de uma monarquia para estabelecer um governo republicano, que encontrara na sua própria base esquerdista muitas controvérsias. Os militares então, temendo o avanço do socialismo e do anarquismo entraram em guerra com o estado, apoiados pelos estados nazistas e facistas; golpe este que após 3 anos de guerra armada acabou consagrando Francisco Franco como chefe do Estado Espanhol, permanecendo assim até sua morte em 1975.

É interessante ressaltar que a história da radiodifusão espanhola nos fornece entendimento sobre uma das suas principais características logo em seus primórdios: a interferência da classe política no meio. Ninguém pode evidenciar a transmissão de sons ou imagens daquele dia do ano de 1938, uma vez que a tecnologia ainda era demasiadamente experimental. Todavia, o paralelismo entre televisão e Estado foi legitimado por Franco, que às sombras de testemunhas consagrou a segunda experiência audiovisual do país.

Como se sabe, durante a Segunda Guerra Mundial (1940-1945), houve um hiato no desenvolvimento do meio televisivo europeu. Alguns países como a Inglaterra interromperam suas transmissões regulares e só retomaram depois do fim do conflito. Na Espanha, no ano de 1948 foram realizadas algumas transmissões pela empresa americana RCA e pela holandesa Philips, no intuito de vender ao mercado espanhol a ideia da caixa mágica. Constituíram em sua maioria demonstrações públicas para encantar a população e mostrar o que já se fazia mundo afora, na expectativa de criar uma demanda e convencer a indústria espanhola do potencial econômico da televisão. No entanto, em uma Espanha então arrasada e empobrecida pela guerra, muitas foram as dificuldades para a implantação da televisão, inclusive na esfera política.

Quando Franco obteve total aceitação das democracias parlamentares que ganharam a II Guerra Mundial, ou seja os países ocidentais capitalistas, legitimando assim ainda mais o seu poder, é que a televisão passa a ser um bem indispensável, atendendo mais uma vez às necessidades do Estado. Após quatro anos de testes deu-se então em 1956 a primeira transmissão oficial da chamada Televisión Española, a TVE⁵, uma empresa de telecomunicação pública que nascia com apenas um canal, de caráter nacionalista dirigido, censurado, com finalidades claramente educativas e sobretudo políticas. “A data é tardia no contexto dos países do entorno europeu e também latinoamericanos por ordem de aparição, ao final dos anos quarenta e princípio dos anos cinquenta, Cuba, Brasil, México, Argentina” (PALACIO, 2001, p.31). Em seu início, a TVE foi uma televisão muito mais ortodoxa moral e esteticamente falando, que o cinema e o rádio, pois em geral sua programação era preenchida com retransmissões de missas, discursos oficiais e concertos sinfônicos,

⁵A TVE pertence à RTVE, uma sociedade mercantil estatal responsável pela gestão do serviço público de rádio e televisão espanhola. Administra diretamente os canais televisivos: La1, La2, 24h, Tdp (Teledeporte), Clan, TveHD e TVE International.

além de algumas poucas emissões que eram feitas de um minúsculo estúdio de cem metros quadrados montado na cidade de Madri. A televisão portanto, a exemplo da rádio espanhol, nasce de um monopólio estatal cujo poder estava totalmente concentrado nas mãos de seus governantes.

O momento que a televisão chega na Espanha é avassalador, pouco se discute e muito se faz: “A implantação do serviço de televisão na Espanha passava a ser uma necessidade de caráter urgente por razões de índole espiritual, cultural, de elevação do nível de vida e de prestígio internacional” (PALACIO, 2001, p. 31), disseram os então engenheiros espanhóis responsáveis pelo Plano Nacional de Televisão criado de 1955, único guia para implantação da tecnologia.

Quando os padrões técnicos foram satisfatoriamente desenvolvidos ninguém possuía planos concretos sobre importantes aspectos tais como a forma de financiamento dos programas, a organização jurídica, empresarial e trabalhista da emissora e os pormenores práticos do desenvolvimento da rede. Outro problema deixado de fora da discussão foi como aconteceria o abastecimento de aparelhos no mercado, já que até então nenhuma fábrica espanhola produzia os televisores. E esse é outro importante elemento para a compreensão da estrutura televisiva espanhola: o aparente despreparo em relação às demandas do meio televisivo, levando o estado à ações e resoluções administrativas tardias, fato este que se repete no início dos anos 1980 diante do *boom* das emissoras locais e autônomas.

Já na década de 1960 é que a televisão realmente se desenvolve, devido a incentivos fiscais de importação dos aparelhos e também às condições facilitadas de compra frente a outros produtos. É nesse cenário de aparente prosperidade - aparente pois a ditadura franquista, a espelho da brasileira, também produziu oásis de desenvolvimento - que surgem os *teleclubes*. Assim como o nome sugere, os teleclubes foram espaços públicos abertos à população onde todos se reuniam para ver televisão, era um verdadeiro acontecimento social e cultural, revolucionando principalmente os ambientes rurais e tradicionais que logo inseriram na programação de seus teleclubes a apresentação de grupos folclóricos, dança e música.

Criado pelo ministério de Informação e Turismo⁶, o teleclube pode ser

⁶ A decisão de se criar um clube de televisão proveniente de um Ministério de Informação e Turismo demonstra que o serviço público estava incorporando aos pouco o que fora chamado por John Reith, fundador da BBC (*British Broadcasting Television*) de tríade da televisão: educação, informação e entretenimento.

considerado a grande instituição do tardofranquismo⁷, pois esses centros formavam um complemento às famosas instituições de auxílio social do período, inclusive alguns funcionaram no mesmo espaço que algumas dessas instituições sociais. O sucesso foi tamanho que em 1974, dez anos após a inauguração do primeiro espaço, os teleclubes alcançam a cifra de 4.500 unidades. Atualmente, ainda existem alguns teleclubes que resistiram ao tempo, principalmente em vilarejos afastados de grandes centros, tomando a proporção de um centro cultural comunitário.

Em meados da década de 1960 a televisão espanhola viveu a sua época de ouro. Os problemas iniciais foram sanados e o departamento financeiro do canal vivia um bom momento, já que os anúncios televisivos não eram proibidos, e muito menos limitados a uma cota diária ou mensal, alcançando em 1970 uma das maiores taxas de publicidade do mundo. Assim, o ingresso de capital provinha do próprio mecanismo econômico movimentado pelo meio, concluindo-se que a lógica mercadológica e lucrativa já está enraizada há muito tempo.

Somente em 1982 a TVE lançou o canal *La 2* com 3 horas de programação ao dia, estendendo para 5 horas nos finais de semana. O canal surgiu com uma função educativa complementando o canal *La 1*, que basicamente se propunha a entreter a população, estrutura esta que permanece até hoje. Com esses dois canais estatais é que durante a transição democrática, a televisão desempenha o papel mais importante durante toda sua história. Foi ela quem preparou o povo espanhol para a democracia⁸, fazendo desta transição um período pacífico entre os anos de 1976 e 1982, após a morte de Franco e a mudança do regime ditatorial para um regime constitucional, consagrando um “Estado social, democrático e de direito”.⁹

Até os anos de 1977 e 1978 pesquisas mostram que os espanhóis indicavam que os valores de paz, ordem e estabilidade prevaleciam frente aos de liberdade e democracia.¹⁰ Diante deste contexto, a TVE conduziu a população espanhola a uma reavaliação desses valores franquistas desconstruindo-os, alertando-a para o perigo da

⁷ Período que compreende a última etapa do governo ditatorial de Franco, entre os anos de 1966 a 1975. Essa época foi marcada pela Lei de Imprensa que extinguiu a censura prévia aos meios de comunicação.

⁸ Fonte: <http://recursostic.educacion.es/comunicacion/media/web>

⁹ Vale ressaltar que houve momentos político e socialmente instáveis, inclusive um dos momentos mais memoráveis da TVE foi quando esta transmitiu ao vivo o fracassado golpe militar do general Tejero em 23 de fevereiro de 1981. Quando os militares entraram no parlamento, as câmaras da TVE não pararam de transmitir ao vivo toda a movimentação dos militares e parlamentares envolvidos. O episódio pode ser conferido na internet ou no DVD anexo a esta dissertação.

¹⁰Ministério da Educação da Espanha. Disponível em <http://recursostic.educacion.es/comunicacion/media/web>

involução política em um país que almejava a liberdade de expressão e a flexibilidade de uma vida em sociedade. Essas ações são justificadas se considerarmos que a ditadura de Franco durou cerca de 36 anos e poucos se lembravam de outro tipo de governo ou mesmo o desconhecia na prática.¹¹

Em janeiro de 1977, durante os dias trágicos da chamada *Matanza de Atocha*, no qual sindicalistas foram mortos por terroristas de extrema direita provocando uma série de atos de violência entre os movimentos extremistas, a TVE não cessou de explanar o quão inadequado eram a violência armada e a privação de direitos como arma política. Outra metodologia da TVE para tentar acabar com o saudosismo franquista, que até os dias atuais deixa rastros, foram as táticas de programação implantadas durante as eleições democráticas. *Slogans* como “*Fiesta de democracia*” estavam em todos os telejornais, com reportagens especiais sobre os candidatos e inclusive um show musical transmitido durante a apuração dos votos, no intuito de amenizar a ansiedade dos espanhóis e de comemorar o momento democrático que estava prestes a se concretizar.¹² Elaborou-se também uma política pedagógica com os novos valores democráticos através de seriados, dentre os cinco mais representativos e de maior repercussão social estavam *Curro Jiménez*, *Cañas y barro*, *Fortunata y Jacinta*, *Los gozos y las sombras* e *Verano azul*.

Depois de quase uma década de doutrinas televisivas a favor da democracia, esta foi aceita pela sociedade espanhola e os tradicionais seriados sobre valores familiares rígidos, apolíticos e de humor enfadonho foram substituídos por programas mais reflexivos e ácidos, espelhando a recente aquisição democrática da população. O ranço franquista foi uma pedra no caminho da democracia, mas é inegável afirmar que se ele foi diluído, assim o foi com a louvável ajuda da televisão, portanto é possível assegurar que o meio anda de mãos dadas com a política na Espanha, e esse afetuoso relacionamento ainda perdura. Fazendo uma rápida comparação, o período de transição democrática no Brasil foi altamente conturbado, pois os principais meios de comunicação resistiram à entrada da democracia no país. Considerando que a ditadura brasileira trouxe muitos benefícios aos canais privados, principalmente à TV Globo que se afirmava como o principal meio da época, esses como bons jogadores temiam perder tais privilégios adquiridos e, portanto, se

¹¹ Governo da Espanha, Ministério da Educação **Historia de la televisión en España**. Disponível em <http://recursos.cnice.mec.es/media/television/bloque2/pag6.html>. Acesso em 31 de janeiro de 2013.

¹² Fonte: <http://recursostic.educacion.es/comunicacion/media>

distanciaram do novo regime, provocando uma nebulosa cobertura dos fatos políticos da época.

O primeiro marco jurídico na Espanha veio em 1979 com o estatuto da TVE, criando um Conselho Assessor de caráter ideológico-político pluralista, ou seja, não apolítico (BUENO, 2002, p.218). Dois anos depois, a revolução da televisão espanhola começa a eclodir com a primeira emissão da ETB (Euskal Telebista), um canal regional público com objetivo de estender a língua euskera e potencializar a identidade do País Basco, uma comunidade autônoma. Em 1983, é a vez da criação de outro canal público autônomo: a TV-3 (Televisión de Catalunya) com programação toda em catalão, com a mesma justificativa.

E assim é fundada a FORTA, a Federação das Organizações Autônomas de Rádio e Televisão de Espanha, que ainda englobaria a TVGa (Galícia), Canal Sur (Andaluzia), Tele Madrid (da capital espanhola) y Canal 9 (Valência). Por sua vez, as redes privadas surgem em 1990: Antena 3, Tele5 e Canal Plus são as primeiras. E assim, em 2010, contabilizavam-se 40 canais de âmbito nacional, 8 por região autônoma e aproximadamente mais 1.100 emissoras locais. (LEÓN, 2009, p.31). Portanto, até inícios dos anos 1990, a televisão espanhola, apesar de plural com a criação dos canais da regiões autônomas, constituiu-se de um meio controlado exclusivamente pelo poder público.

Esta contextualização histórica é importante para compreender algumas peculiaridades do serviço de radiodifusão espanhola, aspectos estes que, quando entrarmos no tema central dessa monografia, serão facilmente reconhecidos e seus traumas e vícios tratarão de evidenciar os apontamentos desse trabalho.

Aproximando-se dos dias atuais, em 2006 o então presidente eleito José Rodríguez Zapatero cumpriu sua promessa de campanha e iniciou uma reformulação e reestruturação da TVE que causou grande rejeição entre os trabalhadores da rede e a população, devido às medidas austeras e antipopulares tomadas. A justificativa foi que a *Televisión Española* vinha em um crescente de dívidas e para reerguer a rede era necessária uma grande injeção de capital, cerca de 575 milhões de euros frente a 78 milhões investidos em 2005¹³. A medida pedia uma grande mudança de

¹³El País. La reestructuración de RTVE diseñada por el Gobierno prevé un recorte del 39% de su plantilla. El país. Acesso em: 5 de fevereiro de 2013. Disponível em http://sociedad.elpais.com/sociedad/2006/03/10/actualidad/1141945205_850215.html.

paradigmas, inclusive para tentar acabar com o ranço do serviço público impregnado no serviço de telecomunicações na Espanha.

Houve dessa maneira um grande corte no número de funcionários, ocorrendo demissões e antecipação de aposentadorias, o que gerou greve e protesto de grande parte dos quase 10.000 funcionários, inclusive interrompendo parte da programação da emissora. Outra mudança muito significativa foi a conquista da independência da RTVE em relação ao Chefe do Executivo, passando a ter eleições parlamentares (senado e câmara dos deputados) para sua direção, sanando a problemática de que uma mudança de governo interferiria na administração da TVE. Junto a essa decisão veio também uma significativa independência financeira.

Sobre essa maneira de administrar a TVE, Lorenzo Díaz apontava, em 2005 ¹⁴ que a direção da RTVE é leiloada, muito diferente da BBC a qual somente ocupam os cargos de direção profissionais altamente competentes e por isso, às vezes acontece uma queda de braços entre direção da tv e o governo, algo que nunca acontecerá na Espanha, que ainda guarda alguns resíduos do antigo regime, como a tv a serviço do Governo. Isso sem se esquecer de um problema administrativo grave da RTVE: existem muitos trabalhadores que cobram sem ir trabalhar. “Dizem que na empresa se cobra por ser espanhol e se trabalha, pede-se um *plus*”.¹⁵

Continuando o plano de reestruturação da indústria televisiva iniciado em 2006, em 2010 foi aprovada e sancionada durante o segundo mandato de Zapatero a Lei Geral da Comunicação Audiovisual que reconheceu e regulamentou o já existente - desde 1997 - Conselho Estatal de Meios Audiovisuais (CEMA), um órgão independente ligado ao Ministério da Presidência com abrangência nacional e com função reguladora e fiscalizadora. A dificuldade desse modelo proposto é que haveria uma cooperação entre esse chamado Conselho “Maior” e os Conselhos Autônomos que, na tentativa de suprir a ausência do Estado nos meios de comunicação, foram criados na Catalunha (CAC, 1996), em Navarra (CoAN, 2002), e na Andaluzia (CAA, 2004). Na verdade, esses conselhos autônomos são poucos, considerando que o Estado Espanhol é composto por 17 comunidades autônomas mais duas cidades com autonomia política, Ceuta e Melilla. Nesse contexto democrático é conveniente a

¹⁴ DÍAZ, Lorenzo *La televisión ya no muestra la realidad, la construye porque es más barato*. El Correo. Disponível em: <http://www.lorenzodiaz.com>. Acesso: 10 de janeiro de 2013

¹⁵ Tradução livre de “Alguien dijo que en esa empresa se cobra por ser español, y si además trabajas pides un plus”.

reflexão de que o papel desempenhado pelos canais autônomos é um reforço da política federalista/separatista espanhola, afirmando a cultura e a força política dessas regiões, que encontram nos seus canais uma legitimação dessa cultura fragmentada. Portanto, assim como no regime ditatorial e em tantos outros contextos, a televisão é um instrumento político que permanece deliberadamente nas mãos do estado, seja este a nível regional ou nacional.

A fiscalização em relação aos suportes técnicos, espaço e gestão de ondas radioelétricas e eletromagnéticas, outorgas de licenças de emissoras, além de velar pela liberdade de expressão, de direitos e deveres dos canais públicos ficam a cargo do CEMA. Além disso, em tese, o CEMA dispensa um olhar atento sobre as redes que cobrem todo o território nacional tais como a TVE, Cuatro e Telecinco. Já a fiscalização de canais autônomos que cubram somente uma região ou mesmo mais que uma, sendo limítrofes, cabem aos Conselhos Autônomos. No entanto, a Lei Geral da Comunicação Audiovisual frisa que é necessário uma política de cooperação entre os conselhos principalmente quanto à liberdade de expressão, proteção aos menores, transparência e pluralismo do setor. De fato, essas questões são limítrofes e a delimitação das estâncias de ação dos poderes públicos são muito turvas.

Foi no ano de 2010 que também ocorreu uma grande mudança nos paradigmas da televisão pública espanhola. Em janeiro de 2010 deu-se o chamado “Apagão Publicitário”, ficando proibida a emissão de publicidade nos canais pertencentes ao estado. Para o então presidente, José Luiz Zapatero, o projeto de lei que reformula o método de financiamento da TVE, que agora ficaria a cargo somente do Estado, livraria a televisão pública da luta comercial, retirando a tensão dos programadores em obter audiência. Dizia Zapatero que “o objetivo é uma televisão de qualidade como serviço público, informativa e cultural. Se obtém êxito em relação a audiência, isso obrigaria as privadas a distanciar-se dos programas *telebasura*.”¹⁶ Com essa decisão o governo pretendia chegar perto do modelo da rede britânica a BBC, que até hoje permanece como um exemplo de televisão pública.

A decisão causou grande furor no mercado, que se perguntou para onde iriam os milhões que o mercado publicitário investia em um dos canais do governo que é

¹⁶Entrevista concedida ao jornal digital Público.es. Disponível em <http://www.publico.es/227537/con-la-crisis-y-con-todo-siempre-me-pongo-al-frente>. Visitado na data de 7 de fevereiro de 2013.

líder de audiência, *La 1*¹⁷. Em 2008, o canal arrecadou aproximadamente 557 milhões de euros¹⁸ – em um cenário de recessão quando o investimento publicitário do canal diminuiu 79% no país. Estima-se que desse montante, 100 a 120 milhões de euros foram perdidos. Houve também migração para outros meios como a internet e um acréscimo no preço nos minutos nos canais privados, devido a grande demanda. Essa decisão se mostrou benéfica para o canal, que continuou a obter uma das maiores audiências da Espanha, principalmente nos informativos que experimentaram um acréscimo razoável em números de telespectadores que acompanham os telejornais do começo ao fim. A medida foi amplamente aprovada pela população e considerada pelo espanhol como uma eficaz arma contra a *telebasura*.

De 2011 ao ano atual de 2013, a televisão espanhola passa por um sério, talvez o mais legítimo e ansioso, questionamento sobre a qualidade dos programas, tanto nos seus canais públicos quanto nos privados. Em um cenário onde existem mais de 40 canais de âmbito nacional, 8 por região autônoma e aproximadamente 1.100 emissoras locais (LEÓN, 2009, p.31), induz-se que com tamanha variedade de canais produzir-se-ia uma vasta gama de programas na qual o espectador poderia finalmente exercer o seu poder de escolha. Ao contrário disso, o que realmente acontece é que mais de 60% da programação do horário nobre é a chamada informação “*del corazón*”¹⁹, que são os programas cuja temática principal é a vida privada, em especial a amorosa, de pessoas famosas ou desconhecidas. Ou seja há quantidade mas não variedade.

Abaixo, na figura 1, o quadro sintetiza como se configura a organização da televisão na Espanha. Nele também é possível observar os líderes de audiência no mês de janeiro de 2013.

¹⁷O primeiro canal surgido na Espanha. Possui uma programação voltada ao grande público, e seus telediários e seriados espanhóis são o carros-chefe da emissora, que também apresenta em sua grade programas de variedades, filmes e esportes.

¹⁸ Fonte: http://elpais.com/diario/2009/06/05/sociedad/1244152802_850215.html

¹⁹Fonte: TALAVERA, Maria Del Mar López, BERMEJO, Julia Bordonado. *Telebasura, Ética y derecho – Límites de la información de sociedad en televisión*, Getafe, 2005.

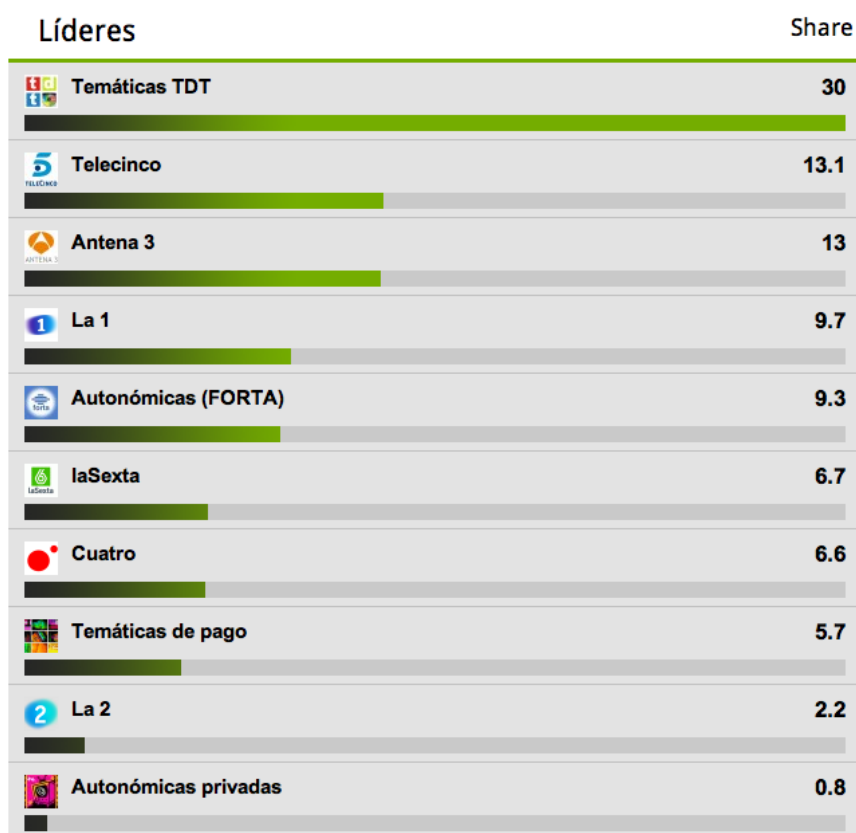


Figura 1

fonte: *Vertele.com*

As chamadas Temáticas TDT são os canais de cobertura nacional que possuem uma programação voltada a um público específico como os canais infantis, jornalísticos, esportivos, especializado em seriados e outros. Juntos estes somam mais de 20 canais de âmbito nacional. Apresentadas no quadro também estão os canais públicos regionais (Autônomas - FORTA, que englobam os canais estatais das comunidades autônomas como Galícia, Catalunha, Navarra, Madrid, País Basco entre outras), as redes temáticas da televisão paga, e a redes privadas que se limitam geograficamente a comunidades autônomas específicas. Observa-se também que *La 1* disputa a audiência com as privadas *Telecinco*, famosa por seus *reality shows*, e *Antena 3*, especializada em programas de variedades e seriados.

Pode-se observar os canais de televisão abertos de alcance nacional e seus operadores abaixo (figura 2), ou seja as redes que administram esses canais. Observamos que existem três grandes redes de televisão atuantes na Espanha: TVE,

Antena 3 e Media Sete, sendo a primeira a única pública.²⁰

NOME DO CANAL	OPERADOR	TIPO
La1	Televisión Española	Pública
La 2	Televisión Española	Pública
Clan	Televisión Española	Pública
24h	Televisión Española	Pública
Teledeporte	Televisión Española	Pública
TVE HD	Televisión Española	Pública
Antena 3	Antena 3 Televisión	Privada
La Sexta	Antena 3 Televisión	Privada
Neox	Antena 3 Televisión	Privada
Nova	Antena 3 Televisión	Privada
Nitro	Antena 3 Televisión	Privada
Xplora	Antena 3 Televisión	Privada
La Sexta3	Antena 3 Televisión	Privada
Gol Televisión	Antena 3 Televisión	Privada
Antena 3 HD	Antena 3 Televisión	Privada
La Sexta HD	Antena 3 Televisión	Privada
Telecinco	Mediaset España Comunicación	Privada
Quatro	Mediaset España Comunicación	Privada
LaSiete	Mediaset España Comunicación	Privada
Factoría de Ficción	Mediaset España Comunicación	Privada
Boing	Mediaset España Comunicación	Privada
Divinity	Mediaset España Comunicación	Privada
Energy	Mediaset España Comunicación	Privada
Nueve	Mediaset España Comunicación	Privada
Telecinco HD	Mediaset España Comunicación	Privada
Cuatro HD	Mediaset España Comunicación	Privada
13 TV	Ujue producciones y COPE	Privada
Marca TV	Vevo Televisión S.A y Antena 3 de Televisión	Privada
Discovery MAX	Discovery Communications y Vevo Televisión S. A.	Privada
AXN	Sony Pictures	Privada
Orbyt TV	Vevo Televisión S.A.	Privada
Intereconomía	Intereconomía Corporación	Privada
Disney Channel	The Walt Disney Company Ibéria	Privada
MTV	Viacom	Privada
Paramount Channel	Viacom	Privada

Figura 2

Fonte: Ministério Espanhol de Indústria, Energia e Turismo²¹

A observação mais contundente que se pode abstrair de ambas as tabelas informativas é que a televisão pública espanhola agrega grande poder econômico e possui grande popularidade em seu país. Detém uma das três grandes redes gerenciadoras de canais, administrando um canal aberto de cobertura nacional, *La 1*,

²⁰Para uma lista completa de canais listados até o ano de 2006 consultar <http://www.formulatv.com/canales/>

²¹Disponível em <http://www.televisiondigital.es/Terrestre>

que aparece como o terceiro canal em números de audiência.

É nesse contexto que a *telebasura* encontrou um terreno fértil para sua multiplicação chegando ao nível de ser considerada um problema social. As peculiaridades desse termo utilizado para caracterizar uma gama de programas aos poucos serão desveladas levantando discussões sobre a atuação dos espectadores, do governo e do mercado na formulação dessa TV taxada de má qualidade, mas que irrefutavelmente está aderida à cultura espanhola.

2. O QUE É *TELEBASURA*?

“Aparentemente la telebasura es tan indefinible por ahora como fue en su día el ornotorrico”

Fernando de Felipe²²

O termo *Telebasura* designa, tanto no cotidiano quanto no meio acadêmico uma gama de programas televisivos, de vários gêneros e formatos, que se caracteriza pela utilização do sensacionalismo, do erotismo, do escândalo e da linguagem vulgar e agressiva como estratégias na busca por audiência. Segundo o Conselho Audiovisual da Catalunha, criado em 2005, a *telebasura* é definida pelo conjunto de programas que confluem a vulnerabilidade dos direitos fundamentais, a falta de consideração aos valores democráticos ou cívicos, como por exemplo o desprezo da dignidade que toda pessoa merece, pouco ou nenhum respeito à vida privada ou a intimidade das pessoas ou ainda utilização de linguajar chulo, grosseiro e impudico.

Telebasura ou televisão lixo - em português - define-se como um fenômeno que se relaciona com as teorias de qualidade televisiva, pois abarca todos os conteúdos televisivos que possuem características inversas à qualidade. Outro fator para tamanha dificuldade diante do tema é que a *telebasura* perpassa por diversos formatos televisivos *talk shows* e *reality shows*, até mesmo novelas, desenhos e informativos.

²² Tradução livre: Aparentemente a *telebasura* é tão indefinível agora quanto foi o ornotorrico em seu tempo. Disponível em <http://www.raco.cat/index.php/Tripodos>

Os termos *telebasura* e televisão de qualidade são facilmente reconhecíveis. O termo TV de qualidade surge em 1984 com a publicação do livro de Jane Feuer, *MTM quality television*, sobre o desenho de produção e conteúdo programático da MTM Entertainment, uma produtora independente americana que mudou os paradigmas da programação televisiva (MUANIS, p. 1, 2012). A televisão de qualidade atrai um público mais informado e mais instruído, e portanto esse tipo de audiência tem maior probabilidade de ser formador de opinião, sem dúvida um grupo mais seletivo.

Reconhecidamente, esse fazer televisivo aposta em temas mais ousados e que exercitam a memória e a cognição do espectador, possuem maior refinamento em seus recursos narrativos e mais qualidade imagética, deixando clara a intenção de aproximação com a linguagem cinematográfica. Essa programação de qualidade não possui muito espaço na política dos canais televisivos, principalmente os da TV aberta, pois lida com temas menos conservadores, muitas vezes apresentando temáticas tabu como sexo e religião, e uma experimentação maior em relação às imagens, vinhetas, cenários e iluminação, características estas que o grande público não está acostumado a digerir. (MUANIS, 2011)

Na contramão vai a *telebasura*, que ao invés de apontar para uma audiência mais seleta, troca-a por uma quantidade mais expressiva desta. Esse tipo de experiência televisiva não exige a fidelização do público, é composta por narrativas mais rasas e previsíveis, os diálogos não exigem nada mais que uma boa audição, até a boa imagem é dispensável. Na prática a *telebasura* possui um baixo refinamento técnico, com cenários e platôs baratos e que são facilmente adaptáveis ou mesmo reaproveitáveis, o que a torna um tipo de televisão facilmente absorvida, de baixíssimo orçamento e por isso, extremamente lucrativa.

O termo *telebasura* em espanhol é originária da tradução de *TV Trash*, surgida nos Estados Unidos em meados do anos 1980, mesma época, portanto, do surgimento do conceito de TV de qualidade. A expressão, empregada pela mídia, designava como lixo - *trash* - alguns produtos da sociedade moderna que começavam a surgir com intuito de consumo e descarte rápido. A comida, conhecida também como *fast food* e o cinema, onde começaram a despontar os chamados *blockbusters* de baixa qualidade - que se utilizavam de fórmulas já consagradas pelas grandes bilheterias de Tubarão (1975, de Steven Spielberg) e Star Wars (1977, de George Lucas) - são exemplos desses produtos que serviram de base para o termo. É portanto,

inteligível que nessa década começa a existir uma categorização de produtos audiovisuais com base em juízos de valor, porque de fato eles se mostram distintos.

Primeiramente o termo começou a ser empregado na língua espanhola com a expressão *programas basuras*, somente depois de alguns anos esse *hall* de programas receberia a junção das palavras *televisión* e *basura*, apontando para uma generalização negativa e depreciativa do meio. Em diversos países hispanófonos tais como México, Argentina, Colômbia, Costa Rica, Venezuela esse termo é usado para designar tais grupos de programas, mas em nenhum outro a *telebasura* possui tanta força política e mobilização social quanto na Espanha.

2.1 Uma (in)definição para o reconhecível: a *telebasura* na Espanha

“Se o popular é o néscio, é justo falar sobre o néscio para agradar.”²³

Lope de Vega

“Não é um fenômeno tipicamente espanhol, o que acontece é que aqui tem características singulares. Aqui tudo é mais chulo, e os personagens que protagonizam esses programas parecem ter saídos de lojas de 1,99. E logo existe outra coisa: quando a fofoca se converte na cultura dominante, tudo vale. Isso é muito perverso para os jovens.”²⁴

Lorenzo Díaz

Coincidindo e impulsionada pelo surgimento das televisões privadas na Espanha nos anos 1990, a *telebasura* não segue a mesma linha programática que a *tv trash* norte americana, que ocupa os horários menos importantes e de menor audiência. Na televisão espanhola a *telebasura* é sinal de alto faturamento e espalha-se principalmente no horário nobre dos maiores canais.

Na programação matinal norte americana despontavam *talk shows* recheados de temas polêmicos, com viés agressivo e que utilizavam um vocabulário ofensivo e que por isso ficaram conhecidos como *attack shows*, cujos exemplos maiores são *The Phil Donahue Show* (1967-1996), apontado como a origem desse tipo de programa e

²³ Tradução livre de “*Si el vulgo es el necio, es justo hablarle en necio para darle gusto*”

²⁴ Tradução livre de “*No es un fenómeno típicamente español, lo que pasa es que aquí tiene características singulares. Aquí todo es más zafio, y los personajes que protagonizan estos programas parecen sacados de un 'todo a cien'. Y luego hay otra cosa: cuando el cotilleo se convierte en la cultura dominante, todo vale. Eso es muy perverso para los jóvenes.*”

Jeff Springer Show (1991 – até os dias de hoje). Na TV espanhola além dos habituais *reality shows*, *talk shows*, e programas “*del corazón*”, telenovelas como *Cristal*, programas eróticos da madrugada como *Ay qué calor!* e principalmente desenhos considerados violentos como *Dragon Ball Z* e *Tartarugas Ninja* foram engessados nessa categoria. Percebe-se um grande moralismo nessa classificação inicial, pois os programas eróticos são um tipo de programação voltado a um público específico em uma faixa horária especial, assim como as telenovelas que possuem como principal público cativo os imigrantes latino americanos, público este que não deve ser menosprezado numérica e culturalmente.

O tema é recorrente na sociedade espanhola, porém nem todos os espanhóis estão convictos de que esse tipo de televisão constitui um problema de ordem nacional. Em um pesquisa realizada pelo site *Vertele.com*²⁵, 45% dos entrevistados não acreditam que a *telebasura* é um problema real – dentre os quais 28% não acreditam na existência de *telebasura* e sim, em programas bons e ruins; 4% se mostram indiferentes. Dos entrevistados, 55% creem que este é um problema gravíssimo da sociedade moderna espanhola e que esses conteúdos classificados como tal devem ser erradicados da grade de programação, não somente nos horários de proteção à infância e juventude. Reproduzo na íntegra uma das perguntas que mais chama a atenção nessa pesquisa:

²⁵ Foram entrevistados 1.663 pessoas em pesquisa feita no ano de 2004 por *Vertele.com*, site especializado em conteúdo televisivo.

¿Cuál de los siguientes conceptos identifica su idea de “telebasura”?

- 6% La violencia
- 3% El sexo
- 5% Los programas de corazón en general
- 9% Los programas de corazón que acosan a los famosos
- 5% Los reality shows de encierro y vida en directo
- 7% Los concursos que fomentan el ansia de fama y dinero fácil
- 7% Los programas de testimonios
- 10% Los programas que fomentan los enfrentamientos y/o insultos
- 4% Las telenovelas
- 5% Las corridas de toros
- 4% Los programas/series de bajo presupuesto o ínfima calidad
- 3% Los programas que no tienen audiencia y, por tanto, son retirados al poco tiempo de su estreno
- 9% La manipulación informativa
- 5% La publicidad encubierta en programas/series
- 10% Concursos telefónicos de emisoras locales que engañan a los espectadores
- 5% Los programas religiosos/confesionales
- 3% Otros

Figura 3

fonte: www.vertele.com

Quando questionados sobre os conceitos que fazem com que um programa seja considerado *telebauria*, fica bem claro que a própria população, que faz oposição ferrenha à este tipo de tv, possui critérios tão subjetivos para conceituá-la que, como tal, cada um possui o seu olhar sobre o tema. É inegável que muitos dos entrevistados, que apesar de afirmarem não assistir a esses programas, o dizem como padrão comportamental social, ou seja assistem a essas atrações, mas se envergonham de admitir tal fato, pois reconhecem que esses programas possuem uma má fama no contexto social. E aí chegamos a uma possível definição do que é *telebasura*: é todo tipo de programa que ninguém se orgulha de assistir ou admite fazê-lo, uma televisão muito vista e pouco analisada pela crítica especializada.

Esse comportamento espelha a rejeição do tema dentro da sociedade na Espanha. Também nos mostra que existe algum tipo de processo crítico entorno do

ato de assistir televisão, o que de fato poder ser algo positivo e reflexivo, uma certa capacidade crítica frente ao conteúdo que se apresenta, podendo gerar assim uma externalidade positiva²⁶. As externalidades acontecem quando o programa gera resultados indiretos, ou seja externos ao meio em que acontece, por meio da repercussão que tal programa atinge de acordo com temas que aborda, pessoas, situações etc. O importante é o espectador reconhecê-lo como tal e produzir algum tipo de ponderação sobre o tema.

De acordo com John Fiske (1987) existem três tipos de textos em uma obra televisiva: os textos primários (o texto em si), os secundários (os textos inerentes, que circundam e dão apoio aos primários como cartazes, propagandas, textos jornalísticos sobre o programa) e os terciários (o boca a boca do público). Todas estas produções textuais inerentes ao audiovisual podem gerar distintos resultados entre si. Um programa cujos textos secundários produziram um bom efeito, mas o programa em si agradou somente ao público e não à crítica, pode causar uma externalidade seja ela positiva ou negativa e ainda assim ser útil para a sociedade, resultando em uma imensa dificuldade de julgá-lo no âmbito geral. Devemos fazer a pergunta: bom ou ruim para quem? Para o público o qual o programa agradou, à crítica para a qual o programa não atendeu ao padrão estético esperado, ou ainda às organizações públicas que viram nesse tipo de programa uma brecha para forçar o Estado a uma discussão intrínseca à sociedade? Sendo assim a missão de se atribuir um significado objetivo ao termo tv de qualidade e o seu antônimo *telebasura*, torna-se cada vez mais uma questão subjetiva e de diferentes orientações, pois existem ainda muitos agentes e muitas interrogações.

Na Espanha dos anos 1990, quando começam a ser identificadas as características preliminares do que viria consolidar-se como *telebasura*, surge o primeiro embate entre público e programa. No ano de 1993 foi ao ar um dos programas do magazine televisivo diário “*De Tu a Tu*”, ancorado por Nieves Herrero, uma das precursoras do que veio a se chamar *telebasura*. Nesse programa deu-se a cobertura ao vivo de um episódio do famoso crime de Alcácer, ocorrido em 1992 quando três garotas do município de mesmo nome foram sequestradas, violentadas, torturadas e assassinadas. O programa trouxe em primeira mão a descoberta dos

²⁶ Externalidades são os resultados indiretos gerados. É uma peculiaridade dos produtos audiovisuais. (GALVÃO, Alexander Patez INDÚSTRIA AUDIOVISUAL: A via-crúcis da produção independente. Observatório da Imprensa. <http://observatorio.ultimosegu>, 2004.

corpos das meninas, e para comentar o caso, Herrero entrevistou diversas pessoas como parentes, amigos das vítimas e vizinhos para discutir em tons de comoção e dor as amenidades das vidas das garotas assassinadas, suas rotinas e seus sonhos interrompidos.

A população reconheceu o episódio como um marco da *telebasura*. Para se ter ideia da repercussão do caso espanhol é possível compará-lo ao episódio no Brasil do assassinato da menina Isabella Nardoni, considerado ao lado do caso Richthofen, um dos crimes recentes que mais abalou o país. Juntamente com as interrogações sobre o caso espanhol, houve um questionamento por parte dos telespectadores sobre como o assunto foi tratado pelos meios de comunicação, em especial a televisão - sobre a ética jornalística - desencadeando uma longa discussão sobre a qualidade da televisão feita no país. O reflexo desse julgamento à televisão acabou desencadeando no fim do programa “*De Tu a Tu*” que viu desmoronar sua credibilidade e confiabilidade, afastando de vez todos os seus patrocinadores e anunciantes.

Visto o caso do programa acima citado, assim como um folhetim, o fato teve sua reviravolta e foi inegável a importância da opinião pública no processo de retirada do programa do ar, mostrando que a proibição ou a extinção de formatos não é o melhor caminho quando diante da televisão se apresenta um público capaz de reflexão crítica. Assim aproxima-mo-nos de mais uma possível definição do que se intitula *telebasura*: programas desse tipo se aproveitam de situações sociais e políticas nas quais a sociedade é colocada em seu limite e espetaculariza os acontecimentos até a exaustão.

Segundo Lorenzo Diaz, em entrevista ao jornal *El Correo*, paradoxalmente a “televisão não mostra a realidade, a constrói porque é mais barato”. O sociólogo afirma que esse tipo de programação apresentada nos canais da Espanha deve-se ao baixo nível cultural da sociedade espanhola e acrescenta que esse é um fenômeno interclassista, ressaltando que não se pode demonizar os produtores, porque a televisão do país é fruto do anseio do público. Fato é que o mesmo público que escolhe assistir a tais programas, também pode decidir o contrário, ou mesmo escolher assisti-los de várias maneiras, inclusive com um olhar mais analítico. O livre arbítrio é a grande característica dessa televisão que atualmente presenciamos, mais ágil, interativa e transmidiática, que ultrapassou as fronteiras do *zapping* e caminha em direção às multiplataformas, portanto abolir esse direito é limitar o telespectador e escolher por ele, subjugando-o. Eliminar programas criticados como *telebasura*, como

muitos exigem das emissoras e inclusive do Estado, não quer dizer que a alta cultura florescerá, apenas porque uma gama de programas foi abolida antes mesmo de ser tema de debates, críticas e estudos.

2.1.1. Telebasura desvelada e telebasura fabricada

Enraizada naquele tripé criado por Reith - entreter, informar e educar - o telespectador não reconhece *a priori* o quanto esses pilares são mal utilizados e equivocadamente amalgamados sob o prisma do conhecimento e da boa programação. Na Espanha há pouco tempo foram trazidos ao conhecimento público, ou melhor foram incluídos no estigma da *telebasura*, programas temáticos sobre natureza que tinham como apresentadores pessoas que se auto intitulavam biólogos ou *experts* no assunto, mas que de fato não o eram. Essas atrações invariavelmente recebiam críticas de profissionais da área e acabaram, em sua maioria, transformando-se em programas basicamente de entretenimento, onde a informação pouco importava. Essa transformação no entendimento do público também é muito comum com esse tipo de programação, a telebasura quando é compreendida pela sociedade parece achar o seu lugar de pertencimento.

Para Gustavo Bueno²⁷ existem duas espécies de programas que se encaixam nessa conformidade que se chama telebasura, a *desvelada* e a *fabricada*, que apresentam características distintas e por isso, desdobramentos possivelmente heterogêneos, inclusive no âmbito da responsabilidade por parte de seus agentes produtores. A *telebasura desvelada* é o tipo de programa concebido com qualidades técnicas que atendem a um alto padrão, porém o aspecto de “lixo” se mostra na maneira como o assunto é tratado e/ou especulado, ou aspectos que saem do controle principalmente em programas ao vivo.

Por outro lado a *telebasura fabricada* é engendrada com o intuito de alcançar as características de sordidez, grosseria, violação de privacidade entre outros. Um debate político ao vivo, por exemplo, pode não ser considerado *a priori* uma *telebasura fabricada*, pois em tese este tipo de programa atende a discussões de utilidade pública, no entanto se ocorre um debate mais acalorado com um linguajar mais chulo entre os políticos em um horário inapropriado, esta pode ser classificada

²⁷ Gustavo Bueno é um filósofo espanhol autor do sistema filosófico conhecido como materialismo filosófico. Em 1997 constituiu a Fundação Gustavo Bueno, uma instituição privada, sem fins lucrativos, com intuito de propagar e incentivar o estudo da filosofia. Bueno ainda é catedrático na Universidade de Oviedo, cidade esta que também abriga sua fundação.

como desvelada, pois revelou-se como tal, apesar de inesperado. Já *reality shows* são compreendidos como *telebasura* fabricada, pois a triagem de seus participantes é feita de maneira a conduzir comportamentos sociais pré-determinados e esperados, ou seja é feita para o que se propõe.

Bueno ainda afirma que o processo mais interessante é quando existe uma confluência entre a *telebasura* desvelada e a fabricada. Em um documentário sobre o ETA, por exemplo, a *telebasura* desvelada pode estar presente quando as imagens que se propunham a tratar sobre os valores morais entre os integrantes do grupo e aspectos históricos, contribuem para um documentário que explora somente os aspectos violentos e sórdidos dessa organização. Ou ainda, a *telebasura* desde seu início é fabricada para explorar esse lado mais obscuro, espetacularizando-o. Portanto, há de se considerar que um documentário como este, de retrato extremamente complexo com contornos muito sinuosos, havendo a possibilidade de confluência desses dois tipos de *telebasura* afirmados por Bueno, a complexidade na análise desse processo aumenta consideravelmente.

Nessa confluência entre a *telebasura* desvelada e fabricada, existe também a possibilidade do desdobramento de externalidades ao programas, sejam estas positivas ou negativas. Quando esses dois tipos de programas da *telebasura* se unem a análise se torna cada vez mais complexa e aspectos como a recepção desses tipo de programa pelo telespectador, algo muito particular, se torna ainda mais de difícil especulação, pois na medida em que se exige mais deste, ele o devolve de maneira ainda mais complexa.

Para Bueno uma ópera televisionada pode ser considerada *telebasura* desvelada, pois para apreciadores mais tradicionais da música clássica, esta necessita de um lugar, vestimenta adequada, acústica ideal e uma etiqueta comportamental dificilmente cumprida em uma sala feita para assistir televisão. Além desses aspectos mais subjetivos, existe a perspectiva técnica em relação ao espetáculo filmado, afinal tudo o que é concebido para o palco pode parecer grosseiro aos olhos de lentes de alta definição, o que não seria percebido a olho nu. Para ele e para parte da população espanhola, *telebasura* está, portanto, conjuntamente ligada à ideia de hibridismo: ópera televisionada, *reality shows* (realidade com ficção), programas de variedade que mesclam informação, cultura e entrevistas.

Apesar do conservadorismo excessivo ao redor do tema, para uma maior parcela da população, o que o surgimento da expressão *telebasura* deixa explícito é a

vontade de construção de uma televisão mais responsável, que permita essas miscigenações e que admita o telespectador como agente do meio televisivo. No entanto, quando esse desejo se manifesta em atos que demonizam a televisão como um todo, colocando-a numa posição passiva de controle extremo e de olhos paternos e moralistas, o caminho se torna mais árduo para o entendimento do meio televisivo, seus potenciais positivos e negativos.

Como visto, são muitas as nuances e entrelinhas sobre o tema, nos dizendo que o termo vai muito além dos programas que se mostram mais facilmente expostos a essa classificação, mas existem ainda dois aspectos importantes a se considerar. Primeiro, grande parte dessa discussão dentro e fora da academia, ostenta um desejo contrário à popularização da alta cultura e da cultura em geral rebaixando certos programas à classificação de *tebasura* e limitando seu consumo à classe média baixa, como é o caso da ópera televisionada. Outro é o menosprezo ou simplificação da capacidade reflexiva do receptor das mensagens televisivas, como o exemplo acima citado de documentário sobre o ETA. Não é porque o tema do programa é o terrorismo, que os telespectadores se apropriarão da violência exposta, o essencial novamente é ressaltar o poder de recepção por parte da população, e para essa recepção ter a chance de ocorrer de forma apropriada é primordial que programas desse tipo sejam alocados em horários propícios na grade de programação.

Não se pode almejar ponderação de uma faixa etária que ainda está se desenvolvendo intelectualmente e que por isso, ainda não possui capacidade de discernimento. Logo, se faz crucial a correta organização de uma grade horária de programação, o que não exime os pais de sua responsabilidade em acompanhar o consumo televisivo de seus filhos, nesse aspecto a responsabilidade deve ser compartilhada.

Nos encontramos em um constante desejo por uma programação democrática e plural e que respeite horários. É necessário ainda que os programadores se empenhem em supor uma audiência intelectualmente ativa, pois se presume que audiência é composta por números e espectador é um agente em potencial que pode desenvolver uma relação cognitiva com o assunto abordado, e esses dois aspectos são de extrema relevância para entendermos suas externalidades. O estímulo a uma recepção consciente é um ponto chave para obtermos uma televisão de utilidade pública e democrática.

Atualmente a *telebasura* possui uma lógica semelhante à teoria do cinema que trata dos filmes *blockbuster*, que são os filmes lançados comercialmente com uma tática “arrasa-quarteirões”, atingindo, graças ao alto investimento, imensa esmagadora de salas de exibição tornando o ato de escolha do espectador difícil e reduzido, sendo o bom desempenho comercial não um mérito mas apenas um uma afirmação que as pessoas vão ao cinema. Cezar Migliorin afirma que essa lógica “trata-se de uma totalização das possibilidades sensíveis dos espectadores e de um esvaziamento do que pode o próprio cinema. Sua lógica é da homogeneização dos espectadores e de uma universalização do conteúdo que elimina os tons e especificidades locais.”²⁸

A *telebasura* aproxima-se desse raciocínio limitando a escolha do telespectador, pois assim como nos cinemas, esta atinge grande parte da programação dos canais abertos espanhóis mais assistidos, limitando o ato de escolha entre assistir televisão ou não. Há de se ponderar também que uma quantidade considerável de programas intitulados *telebasura* são produzidos e facilmente comercializados graças ao seu baixo custo, dando a estes alta volatilidade e fazendo com que se tente tirar o máximo de lucro em um primeiro momento, pois produtos audiovisuais como estes sofrem descontos culturais²⁹ e circulam em exibições imediatas e únicas, constituem a classe de programas chamados de fluxo.³⁰ (PATEZ, 2010)

Para auxiliar a definição e o entendimento do termo *telebasura* e seus desdobramentos esse trabalho enfatizará dois aspectos problemáticos mais contundentes da tv espanhola: a falta de programação infantil e algumas diferentes perspectivas quanto à democracia praticada no espaço televisivo. É inegável que cada vez mais o público infantil é expropriado dos principais canais generalistas espanhóis, e isso não é uma tendência apenas do país ibérico e sim, global. Quanto ao aspecto democrático, este é cada vez colocado a prova quando se contesta a capacidade do telespectador em reagir a uma televisão que não lhe convém. Anulando o telespectador, se faz o mesmo com os eleitores, pois esses dois grupos se confluem.

²⁸ MIGLIORIN, C. Cinema e democracia. Folha de São Paulo, 2 de março 2013. Folha Opinião.

²⁹ Desconto cultural é quando um determinado conteúdo audiovisual sofre, no ato da comercialização, descontos relacionados às diferenças culturais. Isto se deve a eventual falta de identificação do consumidor com modos de vida, costumes, valores, história etc. Em geral o mercado nacional constitui a maior rentabilidade para os produtos audiovisuais.

³⁰ Conteúdos audiovisuais de fluxo são de veiculação imediata, em uma única janela e rentabilização a curto prazo, pois não possuem longevidade. Estes produtos raramente geram receitas adicionais da venda de direitos de exploração a terceiros, conteúdos de fluxo típicos são os programas de auditório, eventos esportivos, telejornais, programas de comentários e debates. Em oposição aos conteúdos audiovisuais de fluxo há os de estoque que constituem produtos cujos direitos de exploração são rentabilizados em média a longo prazo.

Portanto, é importante trazer esses dois aspectos para uma discussão mais consciente do fazer, consumir e estudar esse meio de comunicação que se mostra tão poderoso.

2.2. Entre vulgar e o democrático: outra televisão é possível?

“La televisión no necesita de la democracia, pero ya es mucho mas difícil pensar en una sociedad democrática actual sin la televisión”³¹

Gustavo Bueno

A telebasura não é um termo exclusivamente espanhol, no entanto é na Espanha que ela possui maior repercussão. A *telebasura* necessita ser varrida da sociedade, é que o prega a maioria das vozes que ecoam pelas ruas e tribunas espanholas. No entanto varrer, sumir com esses programas que são escolhidos cotidianamente pelo povo é um ato condizente com a sociedade democrática constituída na Espanha? Já dizia Bourdieu (1988) que “o gosto refinado é antes de tudo um signo de distinção”, ou seja é necessário excluir os produtos culturais populares para manter intacta a alta cultura. Assim acontece com a *telebasura* que necessita ser banida para preservar ou fazer ressoar uma programação de melhor qualidade, devolvendo os ares elitistas da televisão da década de 1950 e 1960.

O termo faz parte de um sistema social e midiático contemporâneo que exige do telespectador uma participação mais ativa, para que este não seja engolido por uma mecânica que apenas se importa com os números de audiência. Portanto, uma das maiores conquistas do telespectadores em relação ao ambiente democrático que a televisão pode oferecer é o controle remoto. Hoje é possível escolher entre um canal e outro, mas como essa escolha ocorre quando, na maioria das vezes, a programação é reduzida a conteúdos audiovisuais que atingem o lucro máximo, fazendo com que cada vez mais haja um risco da exclusão de conteúdos mais elaborados? Escolher nesse cenário definitivamente tornou-se um problema que concerne o direito do cidadão.

Em uma ambiente aparentemente democrático recheado de uma programação limitada, na qual suas características distintas reduzidas, a população e os políticos vivem em um constante dilema: acabar ou não com a *telebasura*? Acabar com esse

³¹ (BUENO, p.163, 2002)

tipo de produto está definitivamente fora do alcance de muitos, pois enquanto esse tipo de televisão continuar sendo lucrativo o mercado não deixará de produzi-lo. E perpetuar a vida desses programas não agrada nem a sociedade, que vê seus filhos constantemente expostos à ela, e muito menos à classe política que vê o país envolto numa fama de reducionismo intelectual e descrença em possíveis co-produções audiovisuais internacionais. Esse problema político é ainda mais acentuado quando um gênero televisivo que para muitos se desenvolveria em plenitude na América Latina, encontrou terreno mais fértil em terras europeias, “da mais fina e requintada cultura”.

Como dito anteriormente, o problema da *telebasura* não é em si a sua existência e sim como esta dialoga com sociedade. Programas que apresentam tanto uma narrativa quanto uma estética mais ousada são cada vez mais raros na programação, e quando estão presentes são encaixados perifericamente como por exemplo *Salvados* (La Sexta, domingo às 21h30), *Documentos TV* (La 2, domingo às 23h), ou mesmo excluídos da grade de programação ficando a cargo dos canais da tv paga exibi-los. Cabe salientar que até mesmo os programas da *telebasura* podem nos trazer algo novo ou mesmo ser importantes para alguns telespectadores, que encontram na programação televisiva a única forma de lazer e diversão, mas é necessário um olhar crítico e atento em relação a estes.

Foi-se o tempo em que, na Espanha, a televisão segmentada e generalista formavam pares tão dicotômicos³². Essa dicotomia quase não existe mais, pois conforme os pacotes e serviços da televisão paga foram tornando-se mais acessíveis à classe média e média baixa, houve uma migração ou melhor, uma abrangência do espaço televisivo em direção a esse mercado³³, e esse segmento antes tão fechado, se tornou também popular, ou seja a maioria da população espanhola também consome essa este tipo de programação.

A televisão segmentada oferece canais mais pontuais e afinados com o gosto do telespectador, buscando um público menor e mais alinhado ao seus objetivos mercadológicos. Nesse ambiente a *telebasura* convive pacificamente com outros tantos programas divergentes, canais esportivos, jornalísticos ou que exibem majoritariamente documentários ou ficção seriada, assim uma gama muito maior de

³² Vide Anexo V alguns dados que corroboram a afirmação. Fonte: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, informe de 2012.

³³ Esse fenômeno se deu em quase todos os país europeus e americanos, com exceção dos Estados Unidos da América que desde a década de 1980 possui uma televisão a cabo muito presente no país.

gêneros desfilam aos olhos de um telespectador com perfil mais exigente e que por sua vez, também consome *telebasura*. Esse processo nos diz muito sobre o comportamento do espectador, que frequentemente considerado como parte de uma massa amorfa, migra da televisão aberta para a fechada por uma escolha bem clara: a televisão que lhe apresentam nos canais abertos é insuficiente, não o representa mais.

Essa televisão generalista não capta mais os desejos dos telespectadores, pois é mais conservadora e propõe poucas mudanças quando um programa atinge um índice de audiência que é suficiente para torna-lo lucrativo. Já a televisão paga tem uma mecânica distinta, ousa mais na organização de sua grade e é mais volátil em relação aos programas, retirando-os da grade se não trouxerem resultados; se adequam melhor aos parâmetros contemporâneos desse ambiente televisivo mais ágil e moderno, inserindo novos formatos e buscando uma maior inovação, refletindo em uma postura de assumir maiores riscos.

Outra perspectiva é que táticas de programação em bloco³⁴ ou o enfrentamento da concorrência com o mesmo tipo de programa, métodos comumente utilizados nos canais generalistas, tendem a fornecer ao espectador tipos muito semelhantes de programas em diversos canais. Exemplo disso, é a transmissão de programas de culinária e variedades seguidos na parte da manhã voltados para as donas de casa e domésticas, filmes e programas seriados na parte da noite, quando as famílias já estão reunidas e programas esportivos à noite, porque em tese, os pais já voltaram do trabalho. A questão é que hoje as famílias não se reúnem mais para ver tv, os pais interessados em esportes possuem canal a cabo e as donas de casa são número cada vez menor. Estes são apenas alguns aspectos para observar que o ambiente televisivo mudou e o espectador também se comporta de forma diferente.

Existe um movimento espanhol - que envolve principalmente a juventude - contra a *telebasura*, mas que se estende à toda televisão no qual o desafio colocado é não ligar o aparelho por um dia, permanecendo alheio a este. O movimento incentiva os telespectadores a trocarem os programas televisivos por cinema, teatro e livros, no entanto não existe a especificação de que tipo de meios alternativos consumir. Trocar *telebasura* exibida na televisão por uma atração de má qualidade (*basura*) exibida nos palcos, no cinema ou mesmo impressa me parece superficial e extremamente

³⁴ Programação em bloco ou *programming* é uma tática de programação que utiliza a exibição de uma série de programas similares em horários contínuos. O objetivo é tornar cativo certo tipo de audiência em prol manutenção de um específico tipo de programa. A sequência de novelas entre 18 e 22 horas na Rede Globo é um exemplo desta tática.

incompreensível, pois aponta diretamente a televisão como grande ré de um “problema” dilatado artificialmente, um tipo de censura branda que penetra a democracia sorratoriamente sujeitando por meio do conformismo social o exercício de escolha do cidadão, direito este primordial em uma sociedade democrática.

A *telebasura* é um termo muito amplo que agrega diferentes formatos e gêneros e, apesar de sua amplitude e melindres em sua conceituação, é inegável que o termo é reconhecível a todos os telespectadores, pois cada um a identifica de acordo com seu ponto de vista. Quanto mais programas *basuras* são transmitidos seguindo linhas estilísticas determinadas e com mais frequência, o termo então vai se consolidando; o que não quer dizer que a televisão *basura* é amorfa, ela só está encaixada, conformada e organizada em um determinado nicho característico, mas esta mantém-se em constante transformação. “Uma andorinha só não faz verão”, ou seja, um programa bom também não faz uma televisão de qualidade; ou ainda um programa *basura* também não faz a televisão como um todo.

Narciso Ibáñez Serrador, um grande produtor televisivo uruguaio que fez carreira na Espanha e até hoje é símbolo de qualidade de programação do país, afirma que foi um grande paradoxo que a democracia espanhola não trouxe consigo a boa televisão, que o meio fez um movimento contrário ao cinema e o teatro onde a alta cultura floresceu (DIAZ, p. 350, 1994). Essa alta cultura em seu sentido mais libertário e sem amarras foi representado em grande parte pela *Movida Madrileña*³⁵, que atingiu todas as manifestações artísticas que não tinham conexões com o governo, algo que não aconteceu com o meio televisivo que continuou a dar bases sólidas ao estado e inclusive ajudou politicamente a Espanha na sua transição democrática³⁶. A televisão, portanto, não compartilhou da mesma época fértil e seu ápice deu-se na década de 1960 sob a ditadura de Franco, considerada como sua era de ouro na Espanha, no qual teve como ícone o próprio Serrador.

Existem programas que são ilegais ou delitivos como, por exemplo, os que fazem apologia ao machismo, algo que a própria Lei Geral da Comunicação

³⁵ *La Movida Madrileña* foi um movimento de contracultura nascido em Madrid durante a transição democrática espanhola, após a morte do ditador Franco em 1975. A *Movida* representou a emergência da nova identidade cultural espanhola baseada no hedonismo e principalmente na transgressão dos princípios franquistas. O movimento atingiu todas as áreas culturais: teatro, cinema, música, dança, literatura, fotografia, grafite.

³⁶ Na televisão espanhola da época foram transmitidos programas como *La Bola de Cristal* e *La edad de Oro* que possuíam a estética do movimento, no entanto a televisão atuou mais como um divulgador da *Movida*, afinal era sinônimo da liberdade democrática, do que um meio catalisador desta.

Audiovisual em seu artigo 4º menciona. É aí que se encontra uma brecha de poder/dever de amparo por parte do Estado, que assim como faz com as outras indústrias necessita agir igualmente com esta, regulando o mercado. Uma particularidade que reflete uma dificuldade nessa regulação é o caráter subjetivo que a televisão possui e provoca, gerando externalidades não palpáveis e de difícil mensuração. Um exemplo é quando um canal realiza uma fusão com outra rede de forma a aniquilar a concorrência, o que é perceptível e de fácil compreensão. Foi o que aconteceu à Mediaset em 2013 quando foi multada em 15,6 milhões de euros por violar leis do mercado ao fazer a fusão entre os canais Cuatro e Tele5 no ano de 2010. No entanto, fatos como o assassinato de Svetlana Orlova³⁷, ou mesmo a cobertura dos crimes de Alcácer, caso anteriormente mencionado, são difíceis de prever os resultados que causarão no mercado televisivo e na sociedade. O que comumente acontece é que as punições em relação ao descumprimento de leis mercadológicas são muitos mais severas e monetariamente mais altas que as punições em relação aos descumprimentos dos direitos do cidadão.

Em 2007 enquanto a TV a cabo colombiana – país que também emprega o termo - exibia o controverso reality *Los Pinchones*, que premiava os casais que mantivessem relações sexuais de maneira mais explícita diante das câmeras, na Espanha, acontece o assassinato de Svetlana Orlova, uma mulher de origem russa que que foi pedida em casamento ao vivo por seu ex-noivo, Ricardo Antonio Navarro, no programa *El diario de Patricia*. Tendo o seu pedido negado, dias depois Ricardo assassinou a facadas sua ex-noiva.³⁸

O que não sabia ou não quis saber a empresa produtora do show *El diario de Patricia* é que Svetlana Orlova tinha ordem de restrição contra seu assassino, que também havia sido condenado a 11 meses de prisão por maus tratos e agressão. Tudo indica que Ricardo entrou em contato com o programa através do telefone que aparece na tela, pedindo um encontro surpresa com Svetlana no intuito de pedir perdão e reatar o relacionamento. De acordo com o produtores do programa fora feita uma pesquisa de praxe entre parentes e amigos do ex-casal afim de se evitar qualquer anormalidade. Fato é que houve um debate intenso na sociedade espanhola sobre a

³⁷ Uma mulher de origem russa que participou do programa *El diario de Patricia*. A atração promoveu seu encontro surpresa com seu ex-novio Ricardo Antonio Navarro, que era proibido legalmente de se aproximar da ex-namorada.

³⁸ GUTIÉRREZ, Óscar. Cómo Ricardo llevó a Svetlana ante las cámaras. El País, Madr, 21 de abril de 2007. Caderno Sociedad.

responsabilidade civil da emissora e da produtora quanto ao caso. A secretária especial do Governo sobre violência contra mulher na Espanha, Encarnación Orozco, na época declarou:

Parece-me muito grave! Não pode haver mediações em situações de violência machista. Esta violência está fundamentada em relações desiguais, nas quais não cabe mediação³⁹

A atração não sofreu nenhuma sanção ou multa e permaneceu no ar até 2011. Na época não se soube como agir mediante um caso dessa proporção e somente a polícia investigou a participação da emissora e da produtora no assassinato, chegando a conclusão que o caso tinha sido um capricho do destino. Todavia, ficou claro que se necessitava uma televisão mais responsável e uma população mais disposta a exigir isso.

O ano de 2011 foi duro com todos os setores espanhóis, a crise financeira, social e midiática chegou diretamente no espaço televisivo, não somente no que se remete ao financeiro, mas também aos seus conteúdos. Acentuou-se uma regressão em direção ao jornalismo marrom⁴⁰, que buscando uma maior espetacularização de fatos sórdidos e recriando um caleidoscópio imagético, aumentou seus conteúdos de *reality shows* e programas sobre celebridades, para assim chamar mais atenção dos telespectadores na tentativa amenizar as perdas em publicidade ocorridas no ano. Foi nesse contexto, que os espectadores espanhóis testemunharam a polêmica entrevista da mãe de Cuco, um dos acusados pelo crime de Marta del Castillo⁴¹ – ao programa *La Noria*, do canal Tele5.

A emissão ocorrida em 29 de outubro de 2011, causou rejeição por grande parte da população que alimentou a própria mídia com críticas negativas, provocando uma grande fuga dos anunciantes e um enorme buraco nas contas do canal Tele5. Para amenizar o prejuízo o canal foi obrigado a lançar um novo programa no mesmo formato, o *El gran debate*, com um mecanismo muito parecido ao *La Noria* só que com temas de debates mais sérios, em geral referentes a política e economia, com a

³⁹ Tradução livre de: "Me parece muy grave. No se puede mediar en situaciones de violencia machista. Esta violencia está fundamentada en relaciones desiguales en las que no cabe mediación."

⁴⁰ Jornalismo marrom é uma expressão pejorativa que se refere a veículos de comunicação que se utilizam do sensacionalismo para veiculação de informações de interesses escusos ou de terceiros, através do sensacionalismo, da divulgação exagerada de fatos e acontecimentos, sem compromisso com a autenticidade.

⁴¹ Crime ocorrido em 2009 que alcançou popularidade e revolta da população devido ao descaso dos acusados, que apresentaram inúmeras versões dos acontecimentos, por vezes se utilizando de ironia.

intenção de atrasar o polêmico programa para o horário da madrugada. Em 2012, o *La Noria* foi retirado do ar e o *El gran debate* incorporou às suas tertúlias um tom mais ameno, popularizando os debates em torno de especulações dos envolvidos. Essa foi uma estratégia da Mediaset, que administra o canal Tele5, para retomar o formato do programa extinto e apagar a péssima imagem deixada por este.

Esse repúdio da população ao programa nos mostra que ao exercer o seu poder de escolha e de crítica, o telespectador cria o ambiente onde uma outra televisão é possível. O acadêmico Carlos Elías⁴² afirma que:

Começa a ser mal visto consumir *telebasura*, como é mal visto socialmente ver pornô. Talvez estejamos diante de uma mudança de tendência. Um ponto de inflexão no qual os anunciantes perceberam que promover-se em certos espaços pode ser negativo para sua imagem.⁴³ (GALLO, 2011)

O meio televisivo frequentemente é colocado à margem da academia, na Espanha por exemplo é comum o termo “*caja tonta*” para se referir o que antes fora chamado de caixa mágica. A televisão é citada com regularidade como a grande invenção do século XX, em termos de transformação comportamental da população e interação com o meio. Sem sombra de dúvidas é preciso entender melhor o meio televisivo e seus agentes para melhor se tirar proveito dele, pois a televisão é flexível, pode se constituir um meio de exercício democrático assim como o contrário.

Estamos em tempos de mudança no consumo televisivo. Vivenciamos um período de transição entre a neotelevisão e a hipertelevisão⁴⁴. Na neotelevisão o espectador fica mais tempo diante da televisão, não importando o programa e seu conteúdo, ou seja, mais importante é a experiência de assistir a televisão, não havendo uma fidelidade ao conteúdo e sim ao meio televisivo. No entanto, a neotelevisão não exclui a peleotelevisão, ela é uma maneira a mais e complementar de se comportar quanto ao meio televisivo. Já na hipertelevisão a complementação se dá especialmente pela ampliação do espaço televisivo em direção a outras mídias, fazendo da experiência televisiva uma experiência transmídia, conjunta com outras

⁴² Catedrático de Jornalismo na Universidad Carlos III de Madrid e autor do livro *Telebasura y periodismo*.

⁴³ GALLO, Isabel. La telebasura en el punto de mira. El País, Madri, 27 de novembro de 2011. Tradução livre de: *Empieza a estar mal visto consumir telebasura, como esta mal visto socialmente ver porno. Quizá estamos ante un cambio de tendencia. Un punto de inflexión en el cual los anunciantes han percibido que promocionarse en ciertos espacios puede ser negativo para su imagen*

⁴⁴ O conceito de neotelevisão foi escrito por Umberto Eco em 1983.

telas como *tablets*, computadores, celulares, tematizando e explorando os programas continuamente através de textos terciários simultâneos à sua exibição primária. Portanto, para existir algum controle ou mesmo censura à *telebasura*, é necessário que haja uma extensão ao “lixo” produzido também por outros suportes midiáticos que complementam o conteúdo principal.

Talvez essa passagem explique um pouco do porquê dos programas da *telebasura* que perseguem continuamente o impacto visual imediato funcione em termos de audiência, pois na neotelevisão consumimos o aparelho e na hipertelevisão captamos o tema apresentado e estendemos a outras mídias e a outros textos esse consumo, sem no entanto haver alguma exclusão, pois uma abrange a outra, a paleotelevisão está na neotelevisão e ambas permanecem na hipertelevisão, complementando-se. O consumidor monotextual teria uma atenção prioritariamente paleotelevisiva; o consumidor monomidiático, uma atenção neotelevisiva; e, por fim, o consumidor transmidiático, uma atenção hipertelevisiva”.⁴⁵

Outra televisão é possível. Para que isso ocorra é necessário que haja uma regulação mais eficaz por parte do estado em relação a produção desses programas, responsabilizando-os mais incisivamente de forma a criar uma relação mais saudável e equilibrada com o mercado a qual estão inseridos. Se faz fundamental também que a população mostre uma capacidade crítica mais aguçada, contestando sua aparência desatenta, para assim poder mostrar o seu poder de decisão e fazer com que a televisão espelhe realmente o que a sociedade pretende ver.

⁴⁵ MUANIS, Felipe. O tempo morto na hipertelevisão. In XXI COMPOS, Juiz de Fora: UFJF, 2012

2.3 À margem do espaço televisivo

Em desacordo com a própria constituição espanhola, a indústria televisiva menospreza e coloca em último plano o público infantil. Até mesmo nos horários fixados pelo Código de Autorregulação⁴⁶ como de especial atenção às crianças e aos jovens - de segunda à sexta-feira entre 8h e 9h e 17h e 20h - a programação direcionada a estes receptores é nula. Abaixo os programas que são transmitidos⁴⁷, nos cinco canais mais expressivos da televisão aberta na Espanha (La 1, La 2, Antena 3, Tele5, Cuatro, La Sexta) nessas faixas de maior proteção em uma segunda-feira, dia 25 de fevereiro de 2013:

⁴⁶ O Código de Autorregulação sobre conteúdos televisivos e infância é um acordo firmado em 2004 entre o governo espanhol e os principais canais de televisão aberta: Telecinco, TVE (La 1 e La2), Cuatro, La Sexta, Antena 3 mais a FORTA, no intuito de prover maior controle contra conteúdos danosos à infância e à juventude.

⁴⁷ A escolha de apenas um dia da semana possui caráter apenas ilustrativo, visto que para uma análise mais acurada e maior rigor científico, seria necessário um tempo maior de observação. No entanto, a eleição de uma segunda-feira é representativa na medida em que grande parte dos programas da televisão espanhola são diários e permanecem na mesma faixa horária ao longo da semana, existindo portanto um padrão repetitivo.

Figura 4

Fonte: elaboração própria

	6:30	7:00	*8:00	8:30	9:00
La 1			Telediário matinal		
La 2	**		Documental		
Antena 3			Notícias de la mañana		
Tele 5			Informativos Telecinco		
Cuatro		El Zapping de los surferos	Lo sabe, no lo sabe		
La Sexta			Al rojo vivo		

*Em negrito estão os horários destacados como de especial atenção.

**A ausência de preenchimento na tabela não indicam ausência de programação e sim programas que não estão inseridos nos horários de especial atenção.

Telediário matinal - telejornal

Documental – série de documentários de temáticas variadas, mas principalmente sobre natureza.

Notícias de la mañana - telejornal

Informativos Telecinco - telejornal

El Zapping de los surfers

Lo sabe, no lo sabe – programa de perguntas e resposta ao estilo de “ De qual país é o ator Mel Gibon”.

Al rojo vivo – programa voltado a debates políticos

Figura 5

Fonte: elaboração própria

	16:00	16:30	16:40	*17:00	17:40	18:00	18:30	19:00	19:30	20:00	20:30
La 1	**		Herederos		Amores Verdaderos						
La 2		Grandes Documentales				Docufilia		Serie: America e Indonesia Mítica	Para Todos la 2		
Antena 3			Amar es para siempre		El secreto del puente viejo			Ahora caigo		Atrapa un millón	
Tele 5		Sálvame									
Cuatro			Castle					Te vas a enterar			
La Sexta					Bones			Más vale tarde			

*Em negrito estão os horários destacados como de especial atenção.

**A ausência de preenchimento na tabela não indicam ausência de programação e sim programas que não estão inseridos nos horários de especial atenção.

Herederos – seriado ficcional espanhol sobre tramas de uma importante família

Amores Verdaderos – telenovela mexicana

Gente – programa de variedades

Grandes Documentales – série de documentários sobre natureza

Docufilia – documentários variados

Série: America Indonésia Mítica – documentários temáticos

Para Todos la 2 – programa de entrevistas e debates

Amar es para siempre – série espanhola dramática

El secreto del puente viejo – seriado espanhol de época

Ahora caigo - concurso

Atrapa un millón - concurso

Sálvame – programa de variedades e sobre celebridades

Castle – seriado americano

Te vas a enterar – magazine crítico sobre temas atuais relacionados a política, sociedade

Bones – seriado americano sobre investigação criminal

Más vale tarde – tertúlia sobre os acontecimentos diários

Como visto nenhum dos cinco principais canais abertos espanhóis dedicam algum tempo à uma programação voltada ao público infantil, inclusive muitos desses programas podem ser considerados impróprios ao consumo infantil devido ao seu conteúdo erótico e violento, o programa *Sálvame* é um exemplo disso. Atualmente, são três os canais espanhóis abertos temáticos voltados para essa faixa etária de 0 a 14 anos: Clan Tv, administrado pela TVE, Disney Channel, de propriedade da Disney Company, e Boing gerido pela Mediaset España Comunicación. As médias de audiência desses canais juntos não ultrapassam a cota diária 6% de *share* (uma média de 1,8% a 2,3% cada), considerando que um programa bem sucedido na Espanha possui uma meta de 15%.

Segundo um informe da agencia Sofres⁴⁸ os espectadores entre 4 e 12 anos

⁴⁸ Sofres Audiencias de Medios (TNS) é uma empresa francesa especializada em recolher dados de audiência, comportamentos e pautas de consumo televisivo através de aparelhos chamados audímetros

representam 6,5% do total de telespectadores, o que quer dizer que ainda que todos os espectadores espanhóis nessa faixa etária se concentrassem em um único programa, este segmento não seria competitivo, em termos de quantidade. Devido a tal inviabilidade econômica do público infantil, este é ignorado. Manuel Cereijo, vice diretor de conteúdos infantis da TVE no ano de 2003, corrobora essa afirmação dizendo que "as crianças não são um público consistente o bastante para justificar uma programação maior na grade vespertina"⁴⁹. Na TVE houve uma transferência desse tipo de conteúdo da *La 1* para *La 2*, que apesar de divulgar que o canal é responsável por 80% da programação infantil pública, esses números são questionáveis, pois o que se vê é uma programação que não fere moralmente a infância, mas que não é feito para esta, muitas vezes apostando em documentários que visam o telespectador adulto. Esse afastamento do público infantil cometido pelas principais redes abertas da Espanha resulta no fato de que esse público se acostumou a consumir produtos televisivos destinados a adultos. Segundo a empresa especializada em análise de mercados televisivos Eurodata TV Worldwide, em 2011 as crianças espanholas entre 4 e 12 anos assistiram 2 horas e 38 minutos de televisão por dia em comparação a quase 3h e 58 referente ao consumo televisivo por adultos.⁵⁰

Jesús Martín Barbero afirma que a televisão possui tamanha importância nos meios de comunicação devido a ausência de espaços públicos destinados, espontaneamente ou não, ao ato de comunicar, fazendo da televisão mais do que um ócio, e sim um lugar de encontro com pessoas, com o mundo e até mesmo com a própria cidade: "Se a televisão atrai isso é em boa parte porque a rua expulsa" (BARBERO, 1998, p.5). Dito isso, me parece que o ambiente onde essas crianças e jovens crescem, hostis à comunicação livre, faz com que esse convívio se estenda à televisão, que de fato tampouco parece um ambiente saudável já que este tipo de telespectador acostumou-se aos programas majoritariamente dirigidos à população adulta.⁵¹

que são distribuídos em todas as comunidades autônomas da Espanha para aferição dos dados de consumo.

⁴⁹ Em entrevista ao jornal El País. Disponível em:

http://elpais.com/diario/2003/01/19/radiotv/1042930801_850215.html. Acesso em 13 de abril de 2013.

⁵⁰ Fonte: <http://www.lavanguardia.com/television/20120310/54266545319/ninos-europeos-vieron-mas-television-2011-nunca-antes.html> Acesso em 20 de fevereiro de 2013.

⁵¹ É preciso atentar que mesmo com a recente convergência e multiplicação de telas, os dados de audiência não sofreram mudanças drásticas, isso porque o resultado mais comum dessa convergência é

Nessa realidade que nos é apresentada, as crianças são expostas a uma grade de programação inadequada e por isso sujeitas a violência verbal e física, conteúdos sexuais, temas impróprios e vulgares a certas faixas etárias, incentivo desmedido ao consumo de produtos através de excesso de publicidades entre outros. Assim sendo, é possível que uma criança exposta a esse tipo de televisão, sem o devido acompanhamento dos pais, torne-se cada vez mais violenta e arisca ao meio social e perca algumas etapas importantes que programas infantis bem pensados poderiam incentivar. Gerard Jones (2002) rebate essa suposição afirmando que a delinquência juvenil na década de 1980 nos Estados Unidos aumentou em relação às décadas anteriores. Esses jovens respiraram na sua infância o final dos anos 1960 e toda a década de 1970 um ambiente audiovisual deliberadamente anti-violento, induzido pela Guerra do Vietnã que causou uma auto censura exagerada, fazendo com que, por exemplo, o personagem Hulk aplacasse sua descomunal força em arrancar parachoques, derrubar portas e bandidos nas piscinas, pois era moralmente proibido atirar, bater e/ou qualquer outro ato que extraísse sangue de bandido ou de mocinho.⁵² Então de onde vem essa violência dos anos 1980, se a população que construiu essa década assistiu a uma televisão tão pacífica?

É necessário analisar que essa juventude descrita por Jones não foi influenciada pela ausência da violência na televisão, mas sim por um estado de guerra real em que a sociedade foi envolta, o que não se pode ignorar. Desse modo, deduz-se que o grau de violência de uma sociedade não possui ligações aparentes com a quantidade de violência audiovisual que esta consome, e sim com o meio em que vive. Quando nos prendemos à análise da recepção desses programas, infere-se que o fator determinante para os comportamentos de uma sociedade exposta à televisão é o modo como essa sociedade reage ao meio televisivo, pois todos nós somos afetados pela televisão, no entanto nem todos são influenciados por ela e quando isso acontece, não são influenciados da mesma maneira. Uma população mais informada e reflexiva em relação a uma televisão violenta é mais pacífica que uma população menos ativa e alheia na recepção desses conteúdos televisivos.

o consumo televisivo simultâneo a outras telas como computador e celular, portanto, a discrepância em relação aos dados desse público específico ainda persistem.

⁵² JONES, Gerard *Matando monstros. Por qué los niños necesitan fantasia, superheroes y violencia imaginaria*. Barcelona: Crítica, 2002, p. 56-58

No ano de 2004, pressionados pelo governo e população, as redes de âmbito nacional TVE, Antena 3, Tele5 e Canal+ assinaram o denominado Código de Autorregulação de Conteúdos Televisivos e Infância, sendo aderidos posteriormente a esse acordo os canais privados Cuatro (2005) e a organização das TVs públicas das comunidades autônomas FORTA (Federação de Organismos de Rádio e Televisão Autônomos), no ano de 2006. Esse documento gerou uma série de discussões sobre o tema e é considerado como ponto chave no debate sobre o advento de uma lei geral que regeria a comunicação na Espanha.

O Código de Autorregulação, como o próprio nome sugere, é um compromisso das cadeias televisivas abertas em relação aos conteúdos programáticos adequados aos horários protegidos, uma tentativa de conciliar as metas econômicas dos canais com a exigência da própria Constituição Espanhola em relação aos direitos de crianças e jovens. Com o intuito de diminuir a programação considerada inapropriada, constantemente representada pela *telebasura*, esse acordo prévio à Lei Geral, chama à responsabilidade a indústria audiovisual, que a partir de então seria punida monetariamente em relação ao descumprimento do acordo. Tal código não nasceu de um vazio legal, existem precedentes na própria constituição espanhola que o embasaram. Em 1994 foi aprovada a Lei 25/1994, de 12 de julho, modificada posteriormente pela Lei 22/1999, de 7 de junho, que define e delimita o horário de proteção a infância e juventude fixado entre 6h e 22h:

As emissões de televisão não incluirão programas nem cenas ou mensagens de quaisquer tipo que possam prejudicar seriamente o desenvolvimento físico, mental ou moral dos menores, nem programas que fomentem o ódio, o desprezo ou a discriminação por motivos de nascimento, raça, sexo, religião, nacionalidade, opinião ou qualquer outra circunstância pessoal ou social.⁵³ (Transcrição do texto original do Capítulo IV da Lei 25/1994)

Atendendo os princípios que estabelece a legislação espanhola, o Código de Autorregulação aprofunda e especifica critérios já estabelecidos anteriormente, de

⁵³ Tradução livre: “*las emisiones de televisión no incluirán programas ni escenas o mensajes de cualquier tipo que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores, ni programas que fomenten el odio, el desprecio o la discriminación por motivos de nacimiento, raza, sexo, religión, nacionalidad, opinión o cualquier otra circunstancia personal o social.*”

forma mais dispersa, sobre a classificação e sinalização dos programas televisivos, constituindo um avanço pequeno, porém real, em direção à proteção dos menores de idade contra táticas antiéticas de programação. Apesar dos esforços, o acordo não trouxe solidez à política de combate a programas que visam explorar a intimidade, o erótico, a violência e espetacularizar fatos reais transformando a televisão em um caleidoscópio de desinformação, entretenimento de qualidade questionável e educação zero.

Após uma série de atos e acordos falhos com a indústria televisiva, no ano de 2010 o governo espanhol finalmente aprovou a Lei Geral da Comunicação Audiovisual⁵⁴ que visa sanar dois problemas na indústria audiovisual do país: a falta de regulamentação do setor e o descuido dos programadores e produtores em relação à infância e juventude. Nesse cenário estima-se que mais de 60% da programação do horário nobre é a chamada informação “del corazón”⁵⁵, que se constitui basicamente de programas que discutem vida pessoal de celebridades ou desconhecidos.

Além do Estado e dos produtores desse tipo de conteúdo, os pais também são questionados sobre a experiência televisiva a qual os seus filhos são submetidos. Em uma pesquisa feita pelo site especializado *Vertele.com*⁵⁶, pesquisa esta que já nos forneceu alguns dados anteriormente, esta delinea como a *telebasura* está intimamente ligada à educação de uma criança. 54% dos entrevistados apontam os pais como os principais responsáveis pela televisão que seus filhos veem e somente 8% culpam as emissoras e produtoras pelo fato de as crianças assistirem à *telebasura*, ainda que 30% creiam que essa responsabilidade é compartilhada.

Claramente a televisão aberta espanhola se mostra um ambiente hostil à infância, pouco democrático no geral, corroborando para a máxima que nem sempre qualidade é representada pela quantidade de programas. O debate da *telebasura* no país, apesar do pouco envolvimento da academia, desperta não só interesse das produtoras e emissoras de tv como também é indissociável do interesse político. Manuel Palácio (2007, p. 35) afirma que a “entrada da classe política na discussão

⁵⁴ A lei Geral da Comunicação Audiovisual foi aprovada em março de 2010, na gestão de José Luis Rodríguez Zapatero. É a primeira lei espanhola que reúne todos os aspectos regulamentares relacionados com os meios de comunicação em uma mesma norma.

⁵⁵Fonte: Telebasura, Ética y derecho – Límites de la información de sociedad en televisión, María Del Mar López Talavera, Julia Bordonado Bermejo.

⁵⁶ Foram entrevistados 1.663 pessoas no ano de 2004.

merece destaque, e configura-se como elemento chave para poder compreender a genealogia do termo na Espanha.”

Medidas políticas contra a *telebasura* são muito comuns e populares no país e de grande apelo eleitoral, isso porque a *telebasura* está presente em toda a grade de programação das principais emissoras, abrangendo todas as classes e todas as idades. É através do termo e de seus desdobramentos que se vê o potencial de comunicação direcionada da televisão na Espanha, televisão esta que pouco serve aos interesses da população, que sem diversidade tem que escolher entre *telebasura* e *telebasura*. Portanto, dissociar o gênero televisivo analisado da política é impraticável. A questão é que é necessário diversidade para o poder da escolha valer-se por completo.

SÁLVAME

3. A EXPERIÊNCIA TELEVISIVA EM *SÁLVAME*

Atualmente *Sálvame* é o programa mais emblemático da *telebasura* espanhola. Desde sua primeira transmissão em 19 de março de 2009, desponta nos índices de audiência e permanece em uma zona de conforto, tendo a seu lado telespectadores e anunciantes. Foi concebido pela produtora *La Fábrica de la Tele* e comprado pelo canal Tele5, propriedade do Grupo Mediaset España. Permanece no ar até hoje, driblando polêmicas, parte da opinião pública e a própria lei.

Sálvame originalmente ocupou na grade do canal Tele5 o horário do *late night*, transmitido semanalmente com o escopo de comentar a edição do *reality show* *Sobrevivientes* (*Survivor* ou *No Limite*, na edição brasileira) com toques de humor. Sua estreia, que ocorreu após a primeira transmissão do *reality show*, atingiu um *share* de 25,8%, o que contabilizou na época quase um milhão de espectadores, mostrando-se extremamente lucrativo dado que o custo de produção era muito baixo.

O magazine diário está estruturado da seguinte forma: em um platô dividem as atenções o apresentador principal Jorge Javier Vazquez que guia seus companheiros de programa, cerca de 14 colaboradores, que se revezam conforme o dia da semana em discussões calorosas sobre assuntos banais que concernem principalmente à vida de alguma celebridade, um anônimo ou mesmo de um apresentador. A inserção da vida dos apresentadores mostra-se uma característica fundamental do programa, que estimula, principalmente pela figura de Vazquez, as intrigas internas e mesmo discussões sobre a vida privada de algum deles⁵⁷.

Essa peculiaridade faz do programa um chamariz ainda maior, pois permite além da exposição da celebridade desmistifica também o imaginário ideal da televisão, mostrando seus deslizes internos e também exibindo toda a estrutura interna

⁵⁷ No DVD anexo a este trabalho, uma das apresentadoras de *Sálvame*, Paz Padilla, fala um pouco sobre a dinâmica do programa e como a vida dos apresentadores é inserida nesse contexto.

Formatado: Fonte: (Padrão) Times

LOS SALVADORES	
1	J.J.
2	Belén
3	Paz
4	Terelu
5	Mila
6	Rosa
7	Lydia
8	Raquel
9	Karmele
10	Kiko H.
11	Kiko M.
12	Chelo
13	Victor
14	Marta
15	Gema

da televisão tais como camarins, salas de controle, cozinhas, banheiros, pois aonde está um apresentador a câmera o persegue, estreitando laços com o espectador. Essa mecânica de intrigas e exposições é a principal responsável pela reverberação do que Fiske chama de textos terciários, o efeito boca-a-boca, que impulsiona o programa ao patamar de sucesso atual.

Logo, as discussões ao vivo dos próprios apresentadores tomaram uma proporção maior do que esperado, deformando assim o intuito inicial, mas chamando ainda mais atenção para o programa que logo seria transferido para o horário da tarde, a fim de alavancar essa faixa horária do canal, o que prontamente aconteceu.

Dedicado principalmente ao que os espanhóis intitulam *prensa del corazón* - assuntos que envolvem celebridades e sua vida privada amorosa e profissional - o programa ocupa 4 horas diárias das tardes da televisão espanhola aberta, entre 16h e 20h, horários estes que estão inseridos no que o Código de Autorregulação intitula, e a Lei Geral da Comunicação Audiovisual absorve em seus artigos, de horários de especial atenção à infância e à juventude. É o programa mais polêmico da televisão espanhola atual e o que mais recebe queixas, tendo inclusive sua extinção solicitada por diversos organismos públicos e particulares devido ao conteúdo grosseiro, amoral, erótico e ofensivo disponibilizado em um horário totalmente inapropriado.

Para além do envolvimento dos apresentadores, a própria engrenagem do programa apresenta quadros que exigem a participação do público, participações estas incitadas via internet na página do programa ou mesmo por telefone. São eles:

La defensora de la audiència (A defensora da audiência)

Este quadro coloca os apresentadores diante dos telespectadores que são chamados para opinar sobre os profissionais que fazem o programa. As queixas do telespectadores são ouvidas, respondidas ou questionadas ao vivo, com a presença do apresentador cujas habilidades foram contestadas. Abaixo a página do site do quadro que deixa claro seu funcionamento.



¡Mándanos tu queja de Sálvame!

¿Qué te molesta de 'Sálvame'? ¿De qué colaborador te quieres quejar? ¿Qué manía crees que deberían corregir? ¿Hay algún estilismo que no puedas seguir viendo?

Mª Teresa Campos transmitirá tus quejas al equipo de colaboradores y, como nadie es intocable, también a sus presentadores. Ahora, puedes quejarte a través de la web rellenando el formulario que aparece en la parte inferior de esta noticia.

Figura 7

Fonte: www.telecinco.es/salvame

Quédate conmigo (Fique comigo)

Esse quadro é um recurso bem comum e utilizado por muitos programas para conquistar o público. Nele um homem ou uma mulher busca um companheiro(a) que passa por provas de afinidade para assim chegar o mais perto possível de um par ideal. A dinâmica do quadro é muito elementar e de fácil persuasão do telespectador, que inevitavelmente, começa a ter seus candidatos de preferência e por sua vez, torce por eles.



QUÉDATE CONMIGO

¿Estás solo y quieres dejar de estarlo? ¿No encuentras a nadie con el que te sientas a gusto y compartas tus aficiones? Sálvame quiere poner fin a tu soledad y ayudarte a encontrar a tu media naranja. Dinos qué buscas en una pareja y ¡Sálvame te la busca!

Lo primero de todo tienes que estar registrado en telecinco.es. Si todavía no eres usuario puedes **regístrate AQUÍ**.

Figura 8

Fonte: www.telecinco.es/salvame

Sálvase quien pueda (Salve-se quem puder)

Em um esquema bem objetivo o quadro instiga o telespectador a fazer uma denúncia de algo que o incomoda em um âmbito geral como por exemplo vizinhos, planos de saúdes, escolas, descaso da prefeitura, entre outros. O programa investiga e tenta resolver ou promover uma conciliação entre ambas as partes.



¿Harto de injusticias? Cuéntanos tu caso, Aída Nizar te puede ayudar

Envía tu denuncia a 'Sálvase quien pueda'

**SÁLVESE
QUIEN PUEDA
¡envía tu denuncia!**

¿Tus vecinos te hacen la vida imposible? ¿Las injusticias no te dejan dormir? ¿Quieres denunciar una situación que sufre y padece todo tu barrio? ¡Cuéntanoslo!

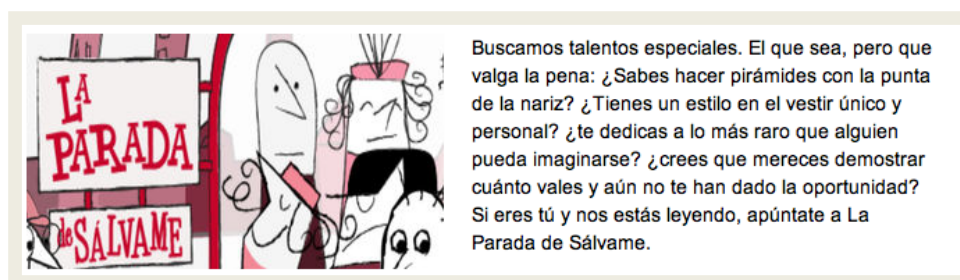
Si estás harto de que nadie te oiga, en 'Sálvase quien pueda' te podemos ayudar. Hemos creado una nueva sección en la web para que traslades tus **denuncias sociales** o de cualquier otra índole:

Figura 9

Fonte: www.telecinco.es/salvame

La parada de Sálvame (O desfile de Sálvame)

O quadro visa revelar talentos ou algo inusitado de pessoas comuns. O jeito que se vestem, algum talento para a música, humor, habilidades manuais, um trabalho inusitado, um jeito de viver incomum etc, ou seja o *La parada* expõe pessoas como algo raro e surpreendente, que foge aos parâmetro das convenções ou padrões sociais.



Buscamos talentos especiales. El que sea, pero que valga la pena: ¿Sabes hacer pirámides con la punta de la nariz? ¿Tienes un estilo en el vestir único y personal? ¿te dedicas a lo más raro que alguien pueda imaginarse? ¿crees que mereces demostrar cuánto vales y aún no te han dado la oportunidad? Si eres tú y nos estás leyendo, apúntate a La Parada de Sálvame.

Figura 10

Fonte: www.telecinco.es/salvame

A participação do público é o combustível do programa, essa construção conjunta deve-se a táticas utilizadas constantemente para acercar o espectador. Em 2012, o público foi chamado a opinar sobre a escolha do novo cenário, iniciando a campanha #*Sálvame*revolución, na qual eram mostradas ao vivo as trocas e mudanças de mobiliário, lâmpadas, estruturas e o povo através das redes sociais e utilizando a *hashtag*, apoiava ou não essas mudanças.

Sálvame deixa bem claro a todo momento que os espectadores fazem parte de todo o universo criado pela atração, inclusive, opinando sobre questões técnicas como cenário, os quadros e até mesmo a vida dos apresentadores. Enquetes como esta abaixo são frequentes no site oficial e dizem muito do porquê e de como o programa, apesar de ser extremamente polêmico, ainda se mostra como umas das preferências dos espanhóis na tardes televisivas.⁵⁸

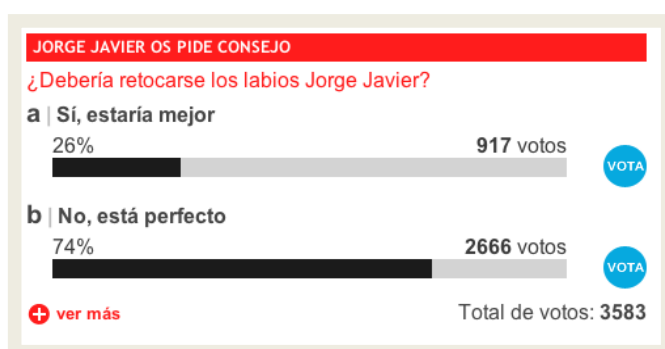


Figura 11

Fonte: www.telecinco.es/salvame

Um caso bastante emblemático de como o programa insere radicalmente os apresentadores em sua mecânica foi o acompanhamento da vida pessoal de Belén Esteban, uma das principais apresentadoras que passou por transtornos de ordem psicológica, depressão e vício em medicamentos, tendo sua vida aberta em cadeia nacional. Apesar do seu afastamento temporário da televisão, o seu drama foi tratado abertamente por *Sálvame*, que mostrou especiais sobre sua vida, sua trajetória profissional, seus romances e sua vida pessoal conturbada, dedicando uma edição do programa *Sálvame Deluxe*, um especial semanal do programa em horário nobre, à sua volta à televisão e consequentemente sua reintegração no time de colaboradores do

⁵⁸ Tradução livre: Jorge Javier pede um conselho a vocês. Jorge Javier debería retocar (cirurgicamente) seu lábios? Sim, estaría melhor. Não, está perfecto.

programa diário.

Sálvame Deluxe é transmitido às sextas-feiras no horário nobre, das 22h até 0h30. Um programa com a mesma forma de sua edição diária, mas que trata da vida privada de celebridades de forma mais sofisticada, sem tantos insultos ao vivo, um cenário mais organizado com menos colaboradores, discursos mais sérios e menos debochados, constituindo uma tentativa de elevar a imagem da atração. Através da criação da edição *Deluxe*, o programa transita entre um público bastante amplo devido ao horário em que é exibido, e graças a essas táticas, a marca *Sálvame* se pulveriza na Espanha e circula em diferentes meios e nichos mercadológicos. Prova disso, foi o lançamento da uma revista semanal de mesmo nome no ano de 2011, visando aproveitar o público fiel do programa televisivo e também



alcançar novos públicos através do preço extremamente acessível .

Figura 12 ⁵⁹

Sálvame representa um fenômeno televisivo sem precedentes na Espanha, dividido entre o amor e ódio da opinião pública, o programa se mantém como o mais lucrativo da televisão espanhola e foi responsável pela boa fase financeira do canal Tele5, que dura desde 2009, ano de estreia da atração. A marca do programa hoje pode ser comparada com um exemplo brasileiro da década de 1990, quando apresentadora Xuxa Meneguel através de seu programa infantil, produzido e transmitido pela Tv Globo, elevou seu nome a uma lucrativa franquia de brinquedos, revistas em quadrinhos e desenhos animados.

Fatos curiosos acercam o programa e comprovam seu estrondoso sucesso. Devido a um pedido da apresentadora Paz Padilla - que sugeriu ao vivo que algum município retribuísse o benefício que o programa traz ao povo, acompanhando tantos cidadãos pelas tardes televisivas - uma praça, *Plaza Sálvame*, foi inaugurada em uma pequena cidade da província de Salamanca, a fim de prestar uma homenagem ao programa. Esse fato comprova que o programa motiva socialmente uma parcela

⁵⁹ Fonte: www.telecinco.es/salvame

significante da população. Mas de fato o magazine diário representa um reflexo da sociedade espanhola?



Figura 13

Fonte: www.telecinco.es/salvame

O show possui claramente alguns pontos de referência na sua concepção tais como: *Aquí hay tomate*, *A tu lado*, *Tómbola*, *Crónicas Marcianas*, *TNT*, que também exploravam a vida privada das celebridades de forma ácida e bem humorada, portanto essa não é uma fórmula recente. O grande diferencial do programa é elevar o espectador a agente principal de sua organização, com a intenção de afirmar a todo momento que o que se vive em *Sálvame* é a realidade, uma realidade menos idealizada com apresentadores que têm problemas, se desentendem ao vivo e apresentam lapsos de uma vida comum. O público neste caso não aparece como coadjuvante, ele é a força motriz do programa, interferindo no conteúdo programático, nas questões técnicas, na estética do programa e até mesmo na vida dessas pessoas “ordinárias” que se apresentam à frente da atração.

La Fábrica de la Tele, a empresa produtora, transformou *Sálvame* em um produto transmidiático muito bem sucedido no mercado e reformulou, tendo como base sólida exemplos de programas do passado que também obtiveram sucesso junto ao público, uma dinâmica infalível para atrair espectadores. As suas redes sociais, canais de vídeos e blogs possuem uma quantidade significativa de publicidade devido ao números de acessos alcançados diariamente. Um vídeo do canal do site do programa possui em média 1 minuto de publicidade, dividido em 30 segundos iniciais e 30 segundos finais, para uma peça audiovisual que muitas vezes não passa de 2 minutos e meio de duração.

Sálvame firmou-se como um programa muito exitoso, mas que ninguém se orgulha de assistir, pois explora de modo enfadonho e desrespeitoso problemas

personais de famosos e tragédias sociais, refletindo um aparente desinteresse e descaso em relação à ética comunicacional, pois entretenimento não é sinônimo de irresponsabilidade. Nessa dança das cadeiras em que 14 colaboradores opinam sobre diversos assuntos, quem mais se prejudica é a faixa etária infantil, que é completamente ignorada e submetida a um linguajar impróprio, conteúdos sexuais explícitos, assim como violência verbal e física a todo momento.



O programa se beneficia de uma faixa horária extremamente vazia em diversidade de programação e também frequentemente desvalorizada, na qual se apresenta ao telespectador espanhol produções de baixo custo, muitas vezes *remakes* de novelas mexicanas, séries americanas antigas, o que o leva diariamente a escolher entre *telebasura* e *telebasura*. Portanto, nesse jogo ganha mais quem for mais atrativo e trazer à tona os escândalos mais excêntricos e atuais, o que frequentemente resulta em denúncias vazias e especulativas. É inevitável constatar que desde sua primeira transmissão *Sálvame* reformulou sua produção, dispensando mais atenção à sua concepção técnica e estética, elevando seu custo de produção e agregando maior valor ao seu produto final. Como resultado, a concorrência do programa necessita abater suas estratégias de atração do telespectador e também a seus logros técnicos.

Motivada em banir esse tipo de televisão, que frequentemente viola os direitos de crianças e adolescente, condições estas aceitas no Código de Autorregulação, assinado pela Tele5, e reconhecidas pela Lei Geral de Comunicação Audiovisual, é que em 2010 a Associação de Telespectadores da Catalunha pediu a retirada do programa da grade de programação do canal, ou ao menos uma revisão do conteúdo abordado. Outro fato questionado pela associação é a omissão do governo que renovou a concessão da licença televisiva ao canal sem ao menos exigir mudanças na forma de programação de sua grade.⁶⁰ A Associação disponibilizou em seu *website* alguns momentos do programa *Sálvame* que ferem os princípios do chamado horário de especial atenção à infância e juventude, compreendido entre 17h e 22h, horário o qual o programa se insere diariamente. Todos os apontamentos podem ser vistos no anexo I deste trabalho, que traz a transcrição completa do artigo disponibilizado no site da associação catalã.

Em 2013, o cenário se mostra menos favorável a programas como *Sálvame* devido a uma sanção contra o programa que está tramitando na justiça, movida pelo Ministério da Indústria. O processo refere-se ao descumprimento reiterado do horário de especial atenção, acumulando 13 possíveis infrações à Lei Geral da Comunicação Audiovisual, que estão sendo discutidas em plenário. Essas infrações foram denunciadas desde o ano de 2011 e atualmente totalizam 13 processos abertos contra o programa desde essa data. Segundo a Secretaria de estado de Telecomunicações e Sociedade, subordinada ao Ministério da Indústria, as multas podem chegar a um valor total de 6,5 milhões de euros, configurando a primeira punição administrativa a uma televisão devido ao seus conteúdos programáticos.

Sálvame foi escolhido como objeto de análise deste trabalho, pois além de ser o maior exemplo de *telebasura* da atual televisão espanhola, ele indaga a todo momento a classe política e a indústria audiovisual sobre a responsabilidade do fazer televisivo e seus desdobramentos invisíveis, mas sensíveis à sociedade. Sua retirada do ar não é a solução do problema, no entanto é necessário que o programa se adeque às exigências do horário em que é transmitido ou que o canal faça uma mudança em sua grade de programação, realocando-o em um horário mais apropriado ao consumo televisivo adulto.

O *show*, além de levantar apontamentos pertinentes ao cumprimento da lei,

⁶⁰ Fonte: www.abc.es. Acesso em 29 de março de 2013.

também sofre de constantes julgamentos arbitrários e morais que resultam em um desejo de anulação do programa como conteúdo televisivo, o que distancia um estudo mais aprofundado e menos maniqueísta de seu estilo e conteúdo. Atrações como esta, carecem de análises mais cuidadosas e de um consumo atento, consumo este que como este estudo não feche os olhos para irresponsabilidades, mas que também saiba discernir quando um programa é concebido para o entretenimento e nesse nicho o realiza de forma bem sucedida. Uma grade de programação mais responsável, talvez, proveria um melhor entendimento do meio como um todo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Definitivamente outra televisão é possível, tendo em mente que um olhar mais atento sobre a televisão atual é necessária, para que possamos refletir sobre o que mudar e como mudar para delinear um meio televisivo que nos represente melhor. O surgimento de alcunhas como a estudada por esse trabalho, a *telebasura*, serve para pensar que a segregação de um tipo de programação apenas atrasa o seu estudo e a transforma em um conceito utilizado para manobras políticas e sociais devido ao seu desconhecimento. A conceituação de bons e maus programas é subjetiva e como tal pertence a cada pessoa, única e exclusivamente. Essas escolhas dependem de um olhar cauteloso e crítico do telespectador, que como um eleitor diário possui em mente para qual tipo de programação está inclinado no momento em que liga o televisor, se é para um programa de entretenimento ou um programa cultural. A educação audiovisual desses eleitores também é um ponto a ser considerado.

No caso da *telebasura*, sua denominação surgiu com uma espécie de tentativa de segregação e aviso aos telespectadores em relação aos programas considerados por espectadores e setores da sociedade como amorais e classificados como de má qualidade, que na década de 1990 começaram a despontar no cenário televisivo espanhol. Para assim depreciá-los, o termo começou a ser utilizado popularmente e, somente no final daquela década, estudiosos iniciaram suas reflexões sobre a problemática, que ainda são insuficientes visto a importância e consequências que o termo possui na país europeu. Como reflexo desse processo, levou-se a um rebaixamento cultural desses programas e elitização de uma televisão dita de boa qualidade, ignorando o fato que é possível aliar cultura e entretenimento, não retrocedendo a uma parâmetro de qualidade televisiva espanhola da década de 1960, extremamente elitizada e impopular. É impossível atualmente ignorar camadas populares da sociedade, sacrificando-a em busca de uma televisão mais culta.

O exemplo na Espanha nos é útil na medida em que a pulverização de programas semelhantes ao da *telebasura* é uma tendência mundial. Como um negócio extremamente lucrativo, sua indústria toma atitudes em busca de uma rentabilização e uma maior valorização dos produtos excluindo, por exemplo, públicos que não sejam tão expressivos em números de audiência. Essa afirmação é legitimada quando analisamos a grade de programação dos cinco principais canais da televisão generalista espanhola e nos deparamos com ínfima ou nenhuma programação voltada e fabricada para o público infantil, que de acordo com a própria indústria é

inexpressivo. Fato semelhante ocorreu em solo brasileiro, quando a Tv Globo substituiu sua programação matinal infantil por um programa de variedades, *Encontro*, voltado ao público adulto. Portanto, quando falamos da televisão espanhola, guardadas suas devidas proporções e peculiaridades, suas ramificações nos são caras para analisarmos a televisão de nosso próprio país, e entendermos melhor os seus desdobramentos.

No processo de estudo, concepção e produção do meio televisivo a ética é indispensável para guiar a todos nesse árduo caminho, pois embora haja uma tendência ao menosprezo e preconceito a alguns tipos de programação, existem programas que desrespeitam leis, são abusivos e, por isso, é preciso uma regulação atenta - assim como em qualquer indústria - que atue de forma disciplinar em busca de conseguir de seus produtores e emissoras uma maior responsabilidade no processo de transmissão e compartilhamento de conteúdos. A regulação, no entanto, é diferente do cerceamento, pois perseguindo programas de entretenimento com intuito de proteger o telespectador anula-se o poder de escolha deste, e anulando-se o poder de escolha do telespectador também aniquila-se o eleitor, pois ambos se confluem.

Entrando na questão dos direitos do telespectador é fundamental que seja assegurada a democracia no ambiente televisivo, sem limitações de programas, *telebasura* convivendo com outros tipos de programação, para que assim seja assegurada a variedade da televisão generalista, que é seu grande trunfo (WOLTON, 1996). Os programadores e produtores do meio televisivo precisam considerar que o telespectador possui uma relação cognitiva com o que é apresentado diante de seus olhos, que pode não ser imediata, mas que existe. É imprescindível que os produtores reconheçam as potencialidades dos telespectadores como agentes ativos, criativos e reverberadores de conteúdos e pensamentos, e tenham em mente que a responsabilidade da construção do ambiente televisivo também depende da forma como estes organizam e disponibilizam a grade de programação.

Em suma, o que o meio televisivo demanda é uma crença maior em seus aspectos positivos assim como o telespectador, que precisa ser creditado por suas escolhas e considerado um agente ativo na espaço compartilhado da televisão. A afirmação que o telespectador é passivo é uma questão ultrapassada e que deve ser superada para que outras ideias possam surgir, na tentativa de melhor entendimento da televisão como um todo. É imprescindível que nos desloquemos para outro nível de discussão e experimentação.

ILUSTRAÇÕES

Olvido Hormigos tiene un 106 de cociente intelectual

La colaboradora está por debajo de la media de 'Sálvame'

31.05.13 | 20:05h. | telecinco.es |

Etiquetas: Olvido Hormigos · test de inteligencia



Figura 15

Sálvame revela o QI dos apresentadores

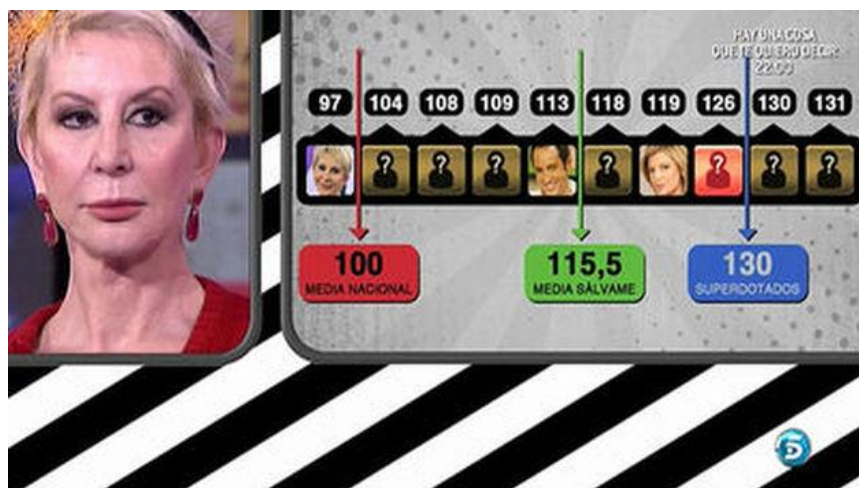


Figura 16

QI dos apresentadores

O CENÁRIO DO PROGRAMA:



Figura 17

Cenário 1



Figura 18

Cenário 2



Figura 19

Cenário 3



Figura 20

Cenário 4

OS PERSONAGENS:



Figura 21

Jorge Javier Vásquez e Belén Esteban

Figura 22
Jorge Javier Vásquez





Figura 23 Belén Esteban



Figura 24 Kiko Hernandez e Paz Padilla



Figura 25 Jorge Javier Vasquez e Belen Esteban em sua volta à tv

PROTESTOS CONTRA A TELEBASURA NA INTERNET



Figura 26



Figura 27



Figura 28



Figura 29

TELECINCO NO GRACIAS



TIRA LA MIERDA

Figura 30



Figura 31

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA:

AZNAR, Hugo. *Televisión, telebasura y audiencia: condiciones para la elección libre*. Disponível em <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina48marzo>.

Aznar responsabiliza de la telebasura a “los empresarios de las televisiones”. El país. Madri, 30 de maio de 2003, Archivo. Disponível em http://elpais.com/diario/2003/05/30/sociedad/1054245603_850215.html

AZURMEDIA, A., *Los Consejos Audiovisuales autonómicos ante la creación del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales: CoAn, CAC y CAC versus CEMA* en RODRÍGUEZ VIRGILI, J., (ed) *Un Renacentista del siglo XXI. Homenaje al Profesor Pedro Lozano Bartolozzi* (Eunsa, Pamplona 2010 pp. 123-142.

BARBERO, Jesús Martín in *Comunicação e Cidade: Entre meios e medos*, artigo do grupo de estudos sobre práticas de recepção de produtos midiáticos, ECA/USP, 1998
Los padres, culpables de que los niños vean "telebasura". Disponível em <http://www.vertele.com/noticias/los-padres-culpables-de-que-los-ninos-veantelebasura/>

Borrador del primer mandato-marco de la corporación RTVE. El país, 9 de agosto de 2007, Actualidad. Disponível em http://elpais.com/elpais/2007/08/09/actualidad/1186647418_850215.html

BUENO, Gustavo. *Telebasura y democracia*. Barcelona: Ediciones B, 2002

BUSTAMANTE, Enrique. *Radio y televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2006

CASSETI Francesco. *El Pacto Comunicativo en la Neotelevisión*. Valencia, 1988, p.2-37.

COCA, Cesa. *La televisión ya no muestra la realidad, la construye porque es más barato*. Entrevista a Lorenzo Díaz. El Correo, 2005.

COLECTIVO EURORESIDENTES. Los españoles contra la telebasura. Madri, 16 de novembro de 2004. Disponível em <http://rodriguez-zapatero.euroresidentes.com/2004/11/los-espaoles-contra-la-telebasura.html>

CUETO, Juan. España, líder mundial en telebasura. El país, 30 de novembro de 2007, Archivo. Disponível em http://elpais.com/diario/2007/11/30/opinion/1196377212_850215.html

DA CUNHA, Ramênia Vieira. *Regulação da radiodifusão na Espanha* disponível em http://www.intervozes.org.br/noticias/pesquisa_orgaos_reguladores/Espanha_radiodifusao-final.pdf

DE FELIPE, Fernando et al. *El peligro de las (in)definiciones: apuntes para un dossier sobre la "telebasura"*. Revista Trípodos núm. 21: Teleporquería, 2007.

DÍAZ, Lorenzo (2005). *La cajá súcia, Telebasura en España*. Madri: La Esfera de los Libros.

DIAZ, Lorenzo. *La Televisión em España, 1949-1995*. Madri: Alianza Editorial, 1994

DÍEZ, Emeterio. *La censura radiofónica en la España nacional (1936-1939)*. Madrid: 2008. Disponível em <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer24-05-diez.pdf>

DOMÍNGUES, Vicente. *Contra El anátema de la telebasura*, Revista Trípodos núm. 21: Teleporquería, 2007.

ESPAÑA, Le 7/2010, de 31 de março, **Geral da Comunicação Audiovisual**. Boletim Oficial do Estado da Espanha, Madri, n. 79, 1 de abril de 2010, Sec. I, p. 30157. Disponível em <http://www.boe.es/boe/dias/2010/04/01>

FERNÁNDEZ, Fernando Tucho. Las audiencias infantiles de la television y los mecanismo de control de los contenidos. Disponível em http://www.airecomun.com/sites/all/files/materiales/tv-infancia_ceu.pdf

FISKE, John. *Television Culture*. Londres: Routledge, 1987

GALLO, Isabel. La telebasura en punto de mira. El país, 27 de novembro de 2011, Archivo. Disponível em http://elpais.com/diario/2011/11/27/radiotv/1322348402_850215.html

GARCÍA, Rosário. El apagon publicitário en TVE revoluciona el mapa del sector. **El país**. Madri, 5 de junho de 2009. Caderno Archivo. Disponível em http://elpais.com/diario/2009/06/05/sociedad/1244152802_850215.html

GÓMEZ, Rosario G. El plan de saneamiento de RTVE estará listo a principios de 2006. El país, 16 de dezembro de 2005, Archivo. Disponível em http://elpais.com/diario/2005/12/16/radiotv/1134687601_850215.html

GÓMEZ, Rosario G. Zapatero tratará con el Defensor del Pueblo medidas contra la telebasura. El país, 25 de setembro de 2004, Archivo. Disponível em http://elpais.com/diario/2004/09/25/sociedad/1096063205_850215.html

GOMEZ, Ivan. *(Tele)visiones del futuro. O de como los médios colonizaron el cuerpo*. Revista Trípodos núm. 21: Teleporquería, 2007.

GUTIÉRREZ, ÓSCAR. Cómo Ricardo llevó a Svetlana ante las cámaras. El país. Madrid, 21 nov 2007. Caderno Sociedad. Disponível em http://sociedad.elpais.com/sociedad/2007/11/21/actualidad/1195599604_850215.html

IBÁÑEZ, Carlos Juan, ANANIA, Francesca (2011). *Memória histórica e identidade en cine y televisión* Salamanca: Comunicación Social.

JONES, Gerard *Matando montruos. Por qué los niños necesitan fantasia, superheroes y violencia imaginaria*. Barcelona: Crítica, 2002, p. 56-58.

Las razones por las que Salvame debe cerrar, según la denuncia. Madri, 30 de março de 2010. Disponível em <http://www.abc.es/20100330/medios-redes-radio-tv/piden-retirada-salvame-201003301136.html>

La reestructuración de RTVE diseñada por el Gobierno prevé un recorte del 39% de su plantilla. El país, 10 de março de 2006, Archivo. Disponível em http://sociedad.elpais.com/sociedad/2006/03/10/actualidad/1141945205_850215.html

LEÓN, Bienvenido (Coord). *Transformar la televisión, otra televisión es posible*. Sevilla: Comunicación Social, 2009.

LICERAS, Ángel.: “Los medios de comunicación de masas, educación informal y aprendizajes sociales”. IBER. Didáctica de las Ciencias Sociales, Geografía e Historia, n. 46, 2005, pp. 109124.

MARÍN, Virginia Martínez (coord.) *Programación Infantil de Televisión: Orientaciones y Contenidos Prioritarios*. Disponível em http://www.rtve.es/files/70-10682-FICHERO/guia_infantil.pdf

MIGLIORIN, César. Cinema e democracia. Folha de São Paulo, 2 de março de 2013, Opinião. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/opiniao/1239416-cezar-migliorin-cinema-e-democracia.shtml>

MINISTÉRIO DE EDUCAÇÃO DA ESPANHA, *História de la televisión*. Disponível em <http://recursostic.educacion.es/comunicacion/media/web/accesibilidad.php>

MUANIS, Felipe. *O tempo morto na hipertelevisão*. In: XXI Encontro Anual Compós, 2012, Juiz de Fora. Anais Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Comunicação. Juiz de Fora: Produtora de Multimeios da UFJF, 2012. v. 1. p. 01-15.

MUANIS, Felipe. *Aprendendo a ler televisão: uma confluência possível*. Txt (Belo Horizonte), UFMG, Belo Horizonte, MG., v. 1, n.1, 2005

MUANIS, Felipe. *A imagem-ritmo e o videoclipe no audiovisual*. Galáxia (PUCSP), v. 24, p. 64-76, 2012.

NEGÓCIOS GLOBO, Rede Glodo de Televisão: Mídia Kit. Disponível em <http://comercial2.redeglobo.com.br/midiakit>

PALÁCIO, Manuel. *Elementos para una genealogía del término "telebasura" en España*. Revista Trípodos núm. 21: Teleporquería, 2007.

PALÁCIO, Manuel. *Historias de La televisión en España*. Madri: Gedisa p.20-35, 2010.

PALÁCIO, Manuel. *La televisión durante la Transición española*. Madri: Editorial Cátedra, 2012

RITZER, G. *La McDonalizacion de la sociedad, un análisis de la racionalización en la vida cotidiana*. Barcelona: Ariel, 1996.

RUIZ, Carlos. *Teleindignidade, o El cadalso electrónico*. Revista Trípodos núm. 21: Teleporquería, 2007.

'Sálvame' podría ser multado con 6.5 millones de euros por Industria. 30 de maio de 2013. Disponível em <http://www.vertele.com/noticias/salvame-podria-ser-multado-con-6-5-millones-de-euros-por-industria>

SAMPEDRO, V. "Telebasura: McTele y ETT". ZER, *Revista de Estudios de Comunicación*, núm. 13, 2002, pp. 29-44.

SERVMEDIA. *Zapatero confía en que las privadas se "alejarán" de la telebasura con una tve sin anuncios*. El Economista, Madri. 24 de maio de 2009. Disponível em <http://ecodiario.economista.es/sociedad/noticias/1271942/05/09/Zapatero-confia-en-que-las-privadas-se-alejaran-de-la-telebasura-con-una-tve-sin-anuncios.html>

WOLTON, Dominic. *Elogio ao grande público*. Brasil: Ática, 1996, p. 103 -121

WOLTON, Dominic. *Internet e depois?* Brasil: Sulina, 2001, p.61-82

ANEXOS

ANEXO I:

Aspectos que ferem o horário de super proteção à infância e juventude apresentados no Programa *Sálvame*. Artigo transcrito da página oficial da Associação dos Telespectadores da Catalunha. Disponível em <http://www.abc.es/20100330/medios-redes-radio-tv/razones-salvame-debe-cerrar-201003301500.html>

VIOLENCIA O AGRESIVIDAD VERBAL

22 de marzo. Jorge Javier Vázquez, a Belén Esteban: “¿Sabes qué vamos hacer con el vecino traidor? Que parezca un accidente. Y luego, en la segunda parte, ¿sabes qué vamos hacer? Vamos a formar un escuadrón, vamos a ir a la cadena triste y vamos a robar todas las cámaras y todos los focos para que mañana no puedan emitir. Va ir Lidia Lozano a la cabeza porque cuando ella no tiene un plano, MA-TA”.
Belén Esteban, en tono amenazador: “Por mi padre mato, y por mi familia”.

Na fala acima Belen Estebán sugere praticar um assassinato para proteger o programa da concorrência.

23 de marzo. Un vídeo de un maltrato a un niño pequeño. Se repite varias veces. Raquel Bollo lo comenta: “Yo soy madre y veo esto y yo no doy lugar a que lo metan en la cárcel, porque yo lo mato”.

Belén Esteban: “Yo no la denuncio, yo “la hago” lo mismo que ha hecho a mi hija: patearle la cabeza”.

Belén Esteban, a Karmele: “Pues llévatela a tu casa y te dé un par de ostias”.

Durante otro momento del programa: “Yo soy Belén Esteban y ¿tu sabes lo que eres? Un mierda. Lo vas a pagar”.

CONTENIDO SEXUAL EXPLÍCITO:

22 de marzo. Conversación entre dos concursantes de GH, Gerardo y Saray:

“Después de ver esos besos de caracol con tan poca pasión que se prodigaban en la casa y esas imágenes tan tórridas en la cama en las que no le tocabas ni un pelo”.

23 de marzo. Vídeo con subtítulos de una entrevista telefónica: "Saray lo que ha hecho conmigo es estar deseando y deseando que la dejase. Porque desde que salimos de la casa, lo único que hemos estado haciendo es estar durmiendo, f...r y ahí estaba todo. O sea, hacía una vida super sedentaria, super aburrida..."

Entrevistador: “¿Tu crees que está enamorada de Arturo?”

“Yo ya contaré mi historia, pero yo te puedo contar hasta ahí... fue una pena, por eso me cabré tanto con Tati, cuando Tati se mete en la cama con Arturo, qué casualidad que ese mismo día Saray se viene a mi cama. En el tema de sexo no llegué a comprender que fuera funcionara todo a la perfección, pero perfecto, ¿por qué en la casa no hacemos nada? Bueno hicimos cosas pero ella no me dejó hacer más, ni un paso más. Pero ¿por qué ella no me dejó ni un paso más cuando es una tía super pasional? En Italia... hubo pajillas y mucho más y menos mal... porque yo estaba escoñado. Yo no me masturbé en la casa y me alivió muy bien. Pilarita no pinta nada en esta relación, no puede dominar los sentimientos de su hija: es una cosa de su hija y mía. (...) Me apetece destrozarla y decir toda la verdad y por otro lado me apetece desaparecer y que le den por culo a todo esto”.

En un vídeo del Conde Lecquio, éste dice: “Aihnoa la tiene que comer muy bien”.

JJ Vazquez (a Belén Esteban): “¿Pero qué te ha regalado (Karmele)? ¿unas braguitas?” Belén.E: “No un vibrador”. (es irónico)

Saray: “Me froto antes con la almohada, aunque fuera el último hombre de la Tierra”.

Nagore (gritando, comenta lo que le ha dicho Gerardo): "Me ha dicho que Pilarita ha sido la más lista de la clase. Que iba con el guión preparado, por eso tenían tanto interés que se liasen (su hija Saray con el concursante italiano). Que Saray ponía trabas para tener sexo. (Gritando más fuerte) ¡Que Saray ponía trabas para tener sexo! Imaginaos. Igual es que no tenía ningunas caras de chupar caracol. Y que diez días antes de dejarlo, él le dijo a ella que quería terminar la relación porque no era feliz, y ella insistió para volver juntos. Que sigue enamorado pero no me encaja porque se ha liado con una chica el sábado y el viernes con otra. O eso dice él". Voz en off: “Esto tiene pinta de ser cualquier cosa, menos una familia feliz”.

MENOSPRECIO DE LA PERSONA

23 de marzo. Vídeo de Gerardo (GH): “Yo me he "liao" con las gordas de España y ¡viva las gordas! Pero no ésta que se está poniendo como un cerdo cebao y dando por culo todo el día. (...) En Ferrol deben estar de ella hasta los huevos”.

Kiko Matamoros: “Lo que pasa es que, coño, de vez en cuando voy y digo lo que me sale de los cojones” (...) “Yo tengo una hija que está en la televisión insultándome, porque no le he querido comprar un coche. A partir de ese momento ya dejó de ser mi hija, por lo tanto ya no es una miseria. Ya no tengo esa miseria. Es una desconocida.”

ANEXO II

CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN SOBRE CONTENIDOS TELEVISIVOS E INFANCIA

Preámbulo

La autorregulación en materia de programación televisiva es una exigencia que viene reiterándose desde hace tiempo por las instituciones comunitarias. Ya se recogió en la Resolución del Parlamento Europeo, de 24 de octubre de 1997, sobre el Libro Verde relativo a la protección de los menores y de la dignidad humana en los nuevos servicios audiovisuales y de información. Y se va expresando cada vez con mayor contundencia. Así, por ejemplo, el 19 de septiembre de 2000, el propio Parlamento Europeo declaró "urgente que todos los operadores televisivos europeos establezcan un código de autorregulación en materia de protección de menores que contenga mecanismos de control social y cláusulas severas de sanción en caso de incumplimiento" (Informe sobre la comunicación de la Comisión: "Estudio sobre el control ejercido por los padres sobre los programas de televisión").

El contenido de un código de autorregulación debe ser aceptable por todas las televisiones firmantes del mismo, a la hora de establecer los principios que deben respetarse al programar contenidos televisivos. La adopción de un código común no impide que cada operador mantenga su propia línea editorial o normas deontológicas internas, o que, incluso, desarrolle los principios del código estableciendo mayores exigencias. Se fijan unas guías o principios inspirados, fundamentalmente, en normas que ya se encuentran en vigor, pero de manera dispersa, en multitud de regulaciones diversas: sobre protección de la infancia y la juventud, sobre protección de la salud y del derecho al honor, sobre publicidad, etc.

Los principios básicos de este código se fundamentan en la propia Constitución española, en particular en su artículo 39.4 por el que se establece una protección específica para los derechos de la infancia, que se consolida con la ratificación por parte de España, en noviembre de 1990, del Convenio de la Organización de Naciones Unidas de 20 de noviembre de 1989 sobre los derechos del niño.

El presente código se ha elaborado con la intención de hacer compatibles entre sí valores que informan el actual Estado social y democrático de derecho: la libertad de expresión con respeto a los derechos de la personalidad; interdicción de la violencia; la discriminación y la intolerancia, y la protección de la infancia y la juventud.

El código establece una serie de principios generales para mejorar la eficacia, dentro de la franja horaria comprendida entre las seis y las veintidós horas, de la protección legal de los menores respecto de la programación televisiva que se emita en dicho horario.

Asimismo y siendo las televisiones firmantes conscientes de que, dentro del concepto de menores utilizado por la legislación vigente, es conveniente diferenciar entre el público infantil y el juvenil, el presente código contempla unas determinadas franjas de protección reforzada para el público infantil, entendiéndose por tal a los menores de trece años. En estas franjas, las televisiones firmantes evitarán la emisión de contenidos inadecuados para esos menores, incrementando, a la vez, la señalización de aquellos para facilitar el control parental.

Las televisiones adheridas a este código consideran que el sistema de autorregulación llevado a cabo en el ámbito de la publicidad en televisión, mediante la firma del Convenio de fecha 13 de junio de 2002, citado en el apartado I.3, es idóneo y se ha mostrado eficaz para conseguir la correcta aplicación y cumplimiento de lo dispuesto en la Ley de Televisión sin Fronteras, respecto de la protección de la infancia y la juventud en relación con la publicidad en televisión.

Las cadenas firmantes tienen el convencimiento de que los padres o tutores y los menores que sepan utilizar los medios audiovisuales contando con el apoyo de sistemas eficaces de autorregulación y clasificación de contenidos, estarán mejor preparados para hacer un buen uso de la programación televisiva.

En todo caso, hay que remarcar que la mejor protección a la infancia y a la juventud exige un comportamiento activo de los padres y educadores, a quienes de forma más directa atañe la responsabilidad de la educación de los niños y los jóvenes. En este sentido, los operadores adheridos a este código tan sólo pueden comprometerse a demandar el correcto ejercicio de tal responsabilidad, sin perjuicio de la necesaria colaboración que un medio de comunicación tan influyente como la televisión debe prestar a los padres y educadores. Esta colaboración se dirige a la preservación de determinados contenidos en las franjas horarias protegidas y, sobre

todo, en un esfuerzo de mejora e incremento del sistema vigente de calificación y señalización de la programación, como mejor modo de dotar a los padres o tutores de una herramienta eficaz para que puedan ejercer su responsabilidad de controlar los contenidos televisivos seguidos por los menores a su cargo.

El presente código parte de la consideración básica de que la clasificación del contenido audiovisual desempeña un papel relevante en la protección televisiva de los menores. No debe olvidarse que estos acceden, cada vez más, a idénticos o similares contenidos a través de diversos medios audiovisuales, tales como cine, vídeo, videojuegos e Internet. Por ello, es deseable que los sistemas de clasificación de contenidos por edades sean más homogéneos y coherentes entre sí. Los criterios de clasificación que se recogen en el anexo al código se han establecido con la referencia de las calificaciones por edades otorgadas por el Instituto de las Ciencias y Artes Audiovisuales (ICAA) a las películas cinematográficas, en especial a las calificadas como no recomendadas para menores de trece años.

Los criterios orientadores para la clasificación de los contenidos televisivos buscan adecuarse a la actual realidad social española. Las televisiones firmantes conocen la especial incidencia del público infantil durante las vacaciones escolares y dejan expresa constancia de su intención de mostrar una especial sensibilidad a ese hecho a la hora de elaborar la programación televisiva.

Las cadenas de televisión que suscriben este código tienen una clara e inequívoca voluntad de conferirle credibilidad y otorgarle confianza pública. Por ello, se han diseñado dos órganos que garanticen su respeto y cumplimiento. Un primer nivel o instancia estará constituida por un Comité de Autorregulación, que resolverá las dudas que se planteen y tramitará las quejas y reclamaciones que se presenten sobre la aplicación del código. Además, se instaura una Comisión Mixta de Seguimiento que actuará como segunda instancia en los casos en los cuales los dictámenes del Comité de Autorregulación no hayan sido atendidos.

I. Acuerdos, códigos o protocolos precedentes

Convenio sobre principios para la autorregulación de las cadenas de televisión en relación con determinados contenidos de su programación referidos a la protección de la infancia y la juventud formulado por el Ministerio de Educación y Ciencia, las Consejerías de Educación de las Comunidades Autónomas y las Cadenas de Televisión, firmado en marzo de 1993

Convenio por el que se establece un sistema uniforme de señalización de la clasificación de los programas de televisión en función de su grado de idoneidad para los menores, suscrito el 21 octubre 1999.

Convenio suscrito el 13 de junio de 2002, por Antena 3 Televisión, RTVE, Publiespaña-Tele 5, Sogecable, FORTA, la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), y la Asociación Española de Anunciantes.

Acuerdo para el fomento de la autorregulación de la actividad publicitaria en el medio televisivo de fecha 19 de diciembre de 2003, suscrito por la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial por el que se reconoce el Convenio citado en el anterior punto 3.

II. Menores y programación televisiva en horario protegido (06:00 a 22:00 horas)

1. Principios

- Garantizar el respeto a los derechos fundamentales de los menores que participen en la programación televisiva.
- Fomentar el control parental, de modo que se facilite a los padres o tutores una selección crítica de los programas que ven los niños.
- Colaborar en una correcta y adecuada alfabetización de los niños, evitando el lenguaje indecente o insultante, incluyendo, expresamente, los mensajes SMS que aparecen en pantalla.
- Evitar la incitación a los niños a la imitación de comportamientos perjudiciales o peligrosos para la salud, especialmente: la incitación al consumo de cualquier tipo de droga y el culto a la extrema delgadez.
- Evitar la utilización instrumental de los conflictos personales y familiares como espectáculo, creando desconcierto en los menores.
- Evitar los mensajes o escenas de explícito contenido violento o sexual que carezcan de contenido educativo o informativo en los programas propios de la audiencia infantil, así como en sus cortes publicitarios.
- Asignar profesionales cualificados a los programas destinados al público infantil.
- Sensibilizar con los problemas de la infancia a todos los profesionales relacionados con la preparación de la programación o de las emisiones, del modo que se considere oportuno por cada empresa televisiva.

- Fomentar que los presentadores o conductores de programas en directo adviertan las situaciones que puedan afectar a la protección de los menores de forma que se minimicen los eventuales perjuicios que puedan causarles.
- Evitar las demostraciones de ciencias ocultas o de culto a las sectas, sin finalidad educativa o pedagógica para alertar a los menores.

2. Presencia de los menores en la programación televisiva: Programas, informativos y publicidad

- No se emitirán imágenes ni menciones identificativas de menores como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos.
- No se utilizarán imágenes ni menciones identificativas de menores con graves patologías o incapacidades con objeto propagandístico o en contra de su dignidad.
- No se mostrará a menores identificados consumiendo alcohol, tabaco o sustancias estupefacientes.
- No se entrevistará a menores identificados en situaciones de crisis (fugados de su casa, que hayan intentado el suicidio, instrumentalizados por adultos para el crimen, involucrados en la prostitución, con sus padres o familiares allegados implicados en procesos judiciales o reclusos en la cárcel, etc.).
- No se permitirá la participación de menores en los programas en los que se discuta sobre el otorgamiento de su tutela en favor de cualquiera de sus progenitores o sobre la conducta de los mismos.
- No se utilizará a los menores en imitaciones de comportamientos adultos que resulten vejatorias.

3. Los menores como telespectadores de los informativos

- Se evitará la emisión de imágenes de violencia, tratos vejatorios, o sexo no necesarias para la comprensión de la noticia.
- Se evitará la emisión de secuencias particularmente crudas o brutales.
- En los casos de relevante valor social o informativo que justifiquen la emisión de las noticias o imágenes antes referidas, se avisará a los telespectadores de la inadecuación de las mismas para el público infantil.

4. La publicidad

En todo lo referido a la publicidad en televisión se estará a lo establecido en el

Acuerdo de 19 de diciembre de 2003, citado en el apartado I.4 anterior, por el que la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información reconoció expresamente la utilidad del procedimiento de autorregulación creado en el mencionado Convenio de 13 de junio de 2002, que se adjunta como anexo al presente código.

III. Menores y programación televisiva. Franjas de protección reforzada

1. Principios

- Evitar el tratamiento común de infancia y juventud, dada la obvia diferencia. El horario legal de protección de los menores (06:00-22:00) incluye ambas categorías, por lo que lo que debe buscarse es la determinación de las franjas de protección reforzada para la infancia, entendiendo por tal el segmento de edad más vulnerable: <13 años, siguiendo un criterio de uniformidad con las tablas de calificación por edades seguidas por el ICAA y el Real Decreto 410/2002, de 3 de mayo, que elevó a categoría de norma de aplicación general el Convenio de 21 de octubre de 1999, citado en el anterior apartado I.2 de este código.
- El establecimiento de estas franjas parte del reconocimiento de que, en este tramo horario, el público infantil puede no estar apoyado por la presencia de un adulto, ni disponer de control parental.

2. Franjas de protección reforzada

- De lunes a viernes: de 08:00 a 9:00 y de 17:00 a 20:00 horas.
- Sábados y domingos: entre las 9:00 y las 12:00 horas.
- Será de aplicación la franja de protección horaria de sábados y domingos a los siguientes días: 1 y 6 de enero Viernes santo 1 de mayo 12 de octubre 1 de noviembre 6, 8 y 25 de diciembre
- Para el caso de los operadores adheridos a este código, cuyo ámbito territorial de cobertura no sea estatal, se añadirán al listado de días asimilados a la franja de sábados y domingos los que sean festivos en su territorio.
- En los periodos de vacación escolar serán de aplicación las franjas de protección reforzada establecidas con carácter ordinario en los apartados anteriores para el conjunto del año. No obstante y atendiendo las especiales circunstancias de esos periodos, los firmantes de este código mostrarán una especial sensibilidad y cuidado en la programación.

- En el supuesto de producirse acontecimientos de acusada relevancia informativa, que lleven a los operadores de televisión a difundir noticias de trascendencia en las franjas de protección reforzada, se estará a lo previsto en el apartado II.3.c) de este código.

IV. Clasificación, señalización y emisión de programas televisivos

1. Principio general

Fomentar el control parental, de modo que se facilite a los padres o tutores una selección crítica de los programas que ven los menores, para lo cual, las televisiones adheridas al presente código se comprometen a reforzar la aplicación del sistema de señalización de la programación televisiva.

2. Clasificación

Se adjuntan como anexo a este código, los criterios orientadores para la clasificación de los programas televisivos en función de su grado de adecuación al público infantil y juvenil.

3. Señalización

- Se aplicará el sistema de señalización actualmente vigente, no sólo a los programas, sino también a los espacios de promoción de esos programas.
- Se evitará la promoción de programas calificados para mayores de edad en las franjas de protección reforzada.
- Se señalarán de forma permanente los programas no recomendados para todos los públicos que se emitan en las franjas de protección reforzada.
- Se evitará que las promociones que se emitan entre las 06:00 y las 22:00 h. de programas calificados para mayores de edad incluyan las imágenes o sonidos que sean la causa de su calificación para adultos.
- Se incluirá la señalización actualmente vigente en la información de la programación que se ofrece al público a través de medios distintos (página web, prensa diaria, revistas, etc.).

4. Emisión de programas televisivos

- Horario protegido: No podrán emitirse programas clasificados como "no recomendados para menores de 18 años".
- Franjas de protección reforzada: No podrán emitirse programas clasificados como

"no recomendados para menores de 13 años".

V.- Control y seguimiento de la aplicación del código

Las televisiones adheridas al presente código de regulación realizarán un seguimiento estrecho de su aplicación, corrigiendo de forma inmediata los posibles incumplimientos que se detecten.

Para el seguimiento y control de este código se establecen dos órganos:

1. El Comité de Autorregulación

Composición:

- Operadores de televisión firmantes del código.
- Productoras de contenidos televisivos.
- Periodistas.

Funciones:

- Emitir dictámenes relativos a las dudas presentadas por los operadores de televisión adheridos al código sobre la adecuación de determinados contenidos a las normas en él establecidas. El Comité de Autorregulación elaborará un procedimiento para la tramitación de las dudas que pudieran presentarse.
- Emitir dictámenes relativos a las quejas o reclamaciones presentadas por asociaciones de padres, educadores, de juventud e infancia y consumidores y usuarios con implantación en todo el territorio español. El Comité de autorregulación elaborará un procedimiento para la tramitación de las reclamaciones que pudieran presentarse.

Esos dictámenes deberán concluir con una de las siguientes recomendaciones:

No se aprecian inconvenientes para la emisión.

Se aprecian inconvenientes que deben ser subsanados en el sentido que se indique

La emisión no puede producirse en el tramo horario de protección reforzada.

La emisión sólo puede efectuarse en horario no protegido.

Elaborar informes de actividad periódicos que se remitirán a la Comisión Mixta de Seguimiento.

2.- La Comisión Mixta de Seguimiento

- La Comisión Mixta de Seguimiento del código se reunirá de forma ordinaria con una periodicidad trimestral, y de forma extraordinaria en cualquier momento, a

instancia de, al menos, cuatro de sus miembros con una antelación mínima de cinco días.

- En las sesiones de esta Comisión se dará cuenta de la aplicación del código en el periodo precedente y se evaluará su cumplimiento por cada uno de los operadores de televisión.

Composición:

Una representación paritaria de: miembros del Comité de Autorregulación y organizaciones representativas de la sociedad civil relacionadas con el objeto de este código. La Administración podrá estar presente, con voz pero sin voto, asumiendo la secretaría de la Comisión.

Funciones:

- Velar por el correcto cumplimiento del código.
 - Analizar los aspectos relacionados con la aplicación del código
 - Emitir dictámenes, que podrán hacerse públicos, sobre las cuestiones planteadas y adoptar las resoluciones que estime pertinentes.
 - Emitir un informe anual, que será público, sobre los resultados de la aplicación del código.
 - Colaborar con el Comité de Autorregulación trasladándole las sugerencias y quejas que se dieran en relación con los contenidos televisivos y los menores, para la adopción por parte de los adheridos al código de las medidas oportunas en el marco de lo establecido en el mismo.
- Procedimiento:
- A la Comisión Mixta de Seguimiento se podrán dirigir los operadores adheridos al código y las asociaciones antes citadas, cuyas dudas, quejas o reclamaciones hayan sido objeto de dictamen del Comité de Autorregulación y tal dictamen no hubiese sido atendido.
 - Si la Comisión confirmase la persistencia de un incumplimiento del código, podrá dirigirse al operador de televisión, conminándole a su cumplimiento. En caso de desatención por el operador, la Comisión dará cuenta pública de dicho incumplimiento y, en el supuesto de considerarse que pudiera suponer una vulneración de la legislación vigente en materia de contenidos televisivos, se pondría en conocimiento de la Administración competente para la tramitación

del correspondiente expediente sancionador, si procediese.

- En caso de detectar un incumplimiento del código, la Comisión se dirigirá al Comité de Autorregulación para que inicie el procedimiento correspondiente ante la cadena infractora, para su inmediata adecuación al código.

- Constitución y acuerdos:
 - Para su válida constitución será necesaria en primera convocatoria la presencia de, al menos, dos tercios de sus componentes con voz y voto, bastando en segunda convocatoria la mayoría simple de sus miembros.
 - Para la adopción de sus resoluciones se requerirá el voto de la mayoría de sus miembros presentes con derecho a voto.

 -

VI.- Medidas adicionales

1. Alfabetización mediática

Las nuevas tecnologías y la innovación en los medios de comunicación dan lugar a una evolución del panorama mediático que hace necesario que tanto los niños como sus padres o tutores aprendan a utilizar los medios audiovisuales de una forma más eficaz. Saber dónde se puede encontrar la información y cómo interpretarla es, hoy en día, una tarea esencial.

Los operadores firmantes de este código colaborarán con las autoridades públicas y con las entidades privadas interesadas en fomentar el uso responsable de los medios audiovisuales, en concreto, del medio televisivo en todas sus formas de difusión.

2. Control parental en la televisión digital

En desarrollo del principio básico de fomento del control parental, los operadores firmantes de este código consideran imprescindible abordar la protección de menores en los nuevos servicios televisivos digitales.

Para ello, deberá garantizarse que los padres o tutores dispongan de información adecuada y medios técnicos eficaces que les permitan ejercer su responsabilidad y autoridad en los contenidos televisivos que ven los menores a su cargo.

Los operadores firmantes de este código colaborarán y promoverán la mejor utilización, en el ámbito de la televisión digital, de medios técnicos tales como

códigos personales de acceso, programas informáticos de "bloqueo", guías electrónicas de programación (EPG). En especial, se seguirán las decisiones o directrices que provengan del Grupo de trabajo constituido en el foro DVB para desarrollar sistemas clasificación y de filtrado aplicables a contenidos audiovisuales.

VII. Compromiso de las televisiones públicas

Los operadores públicos adheridos al presente código que gestionen en sus respectivos ámbitos territoriales de cobertura más de un canal generalista (es decir, cuyas programaciones no tengan características temáticas específicas) emitidos en abierto, se comprometen a que, en las franjas de protección reforzada, al menos en uno de dichos canales se emita preferentemente una programación específicamente infantil o bien, alternativamente, educativa, cultural, informativa o deportiva, y, en todo caso, clasificada para todos los públicos.

VIII. Ámbito subjetivo y difusión del código

1. Ámbito subjetivo del código

- El presente código es de aplicación exclusivamente a las emisiones en abierto que efectúen los operadores de televisión adheridos al mismo, como alternativa a los sistemas de filtrado que permiten un estricto control parental a través de medios técnicos como, tarjetas o "llaves", códigos personales de acceso, programas informáticos de "bloqueo", etcétera.
- Su aplicación se entiende sin menoscabo de la normativa vigente en materia de contenidos televisivos.
- Los operadores firmantes pueden, unilateralmente, asumir mayores niveles de exigencia que los establecidos en el presente código.

2. Difusión del código

Las empresas televisivas firmantes de este código se comprometen a:

- Dar amplia difusión al presente código a través del medio televisivo, en espacios de gran audiencia, particularmente durante los primeros seis meses de su vigencia.
- Difundir periódicamente los contenidos del código y las referencias de señalización de la programación televisiva.
- Realizar y difundir periódicamente una campaña de sensibilización para un uso responsable del medio televisivo.

IX.- Revisión y vigencia del código

1. Revisión

El Comité de autocontrol podrá promover, previo acuerdo de, al menos, dos tercios de sus miembros, la revisión del código, que deberá ser aprobada por unanimidad.

2. Vigencia

El presente código tiene una vigencia indefinida.

Disposición transitoria

Dada la complejidad que supone la aplicación del presente código, especialmente en todas aquellas cuestiones derivadas de la clasificación de los programas, y la adecuación de los mismos a lo dispuesto en el texto, el Comité de Autorregulación articulará la progresiva entrada en vigor del mismo, teniendo como límite máximo para su plena vigencia, noventa días naturales a contar desde su firma.

En el mes siguiente a la firma se constituirán los órganos previstos en el apartado V de este código. Durante este periodo, los operadores firmantes extremarán su celo en la aplicación de los principios contenidos en este código, velando por ello el Comité de Autorregulación, que dará cuenta de sus actividades a la Comisión Mixta de Seguimiento.

Disposición final

Los firmantes del presente código se comprometen a ponerlo en conocimiento de la Administración competente.

ANEXO III

MANIFIESTO CONTRA LA TELEBASURA

1. El termino "telebasura" viene dando nombre, desde la pasada década, a una forma de hacer televisión caracterizada por explotar el morbo, el sensacionalismo y el escandalo como palancas de atracción de la audiencia. La telebasura se define por los asuntos que aborda, por los personajes que exhibe y coloca en primer plano, y, sobre todo, por el enfoque distorsionado al que recurre para tratar dichos asuntos y personajes.

2. Los promotores de la telebasura, en su búsqueda de un "mínimo común denominador" capaz de concitar grandes masas de espectadores ante la pantalla, utilizan cualquier tema de interés humano, cualquier acontecimiento político o social como mera excusa para desplegar lo que consideran elementos básicos de atracción de la audiencia: sexo, violencia, sensiblería, humor grueso, superstición, en muchos casos de forma sucesiva y recurrente dentro del mismo programa.

Bajo una apariencia hipócrita de preocupación y denuncia, los programas de telebasura se regodean con el sufrimiento; con la muestra mas sórdida de la condición humana; con la exhibición gratuita de sentimientos y comportamientos íntimos. Desencadenan una dinámica en la que el circense "mas difícil todavía" anuncia una espiral sin fin para sorprender al espectador.

3. La telebasura, cuenta, también, con una serie de ingredientes básicos que la convierten en un factor de aculturización y desinformación, así como en un obstáculo para el desarrollo de una opinión publica libre y fundamentada:

- El reduccionismo, con explicaciones simplistas de los asuntos mas complejos, fácilmente comprensibles, pero parciales o interesadas. Una variante de este reduccionismo es el gusto por las teorías conspiratorias de no se sabe qué poderes ocultos, que en muchos casos sirven de coartada a determinados personajes y grupos de presión en su labor de intoxicación.

- La demagogia, que suele presentar todas las opiniones como equivalentes por si mismas, independientemente de los conocimientos sobre los que se sustentan o de sus

fundamentos éticos. A ello contribuye la realización de supuestos debates y encuestas, que no son sino simulacros de los verdaderos debates y encuestas, y que lejos de arrojar luz sobre los problemas contribuyen a consolidar la idea del "todo vale".

También la demagogia cuenta con una variante: el despliegue de mensajes esotéricos, milagrosos y paranormales, presentados de forma acrítica y en el mismo plano de realidad que los argumentos científicos.

- El desprecio por derechos fundamentales como el honor, la intimidad, el respeto, la veracidad o la presunción de inocencia, cuya conculcación no puede defenderse en ningún caso apelando a la libertad de expresión.

Este desprecio desemboca en la realización de "juicios paralelos"; en el abuso del amarillismo y el escándalo: en la presentación de testimonios supuestamente verdaderos pero que en realidad provienen de "invitados profesionales". Y, por supuesto, en el apoteosis de una televisión de la trivialidad, basada en el protagonismo de los personajes del mundo *rosa y gualda*, cuyas nimiedades y conflictos sentimentales, tratados desde el mas descarado amarillismo, son otro de los ingredientes de esta infecta salsa. El problema es todavía mas sangrante cuando este tipo de contenidos se difunden a través de las televisiones publicas, cuya obligación moral y legal es suministrar productos, ética y culturalmente, solventes.

4. La telebasura no ha inventado nada: el halago fácil al espectador, el gusto por el sensacionalismo, vienen de muy antiguo. Pero en la actualidad, la enorme influencia social de los medios de comunicación de masas agranda de forma exponencial los efectos negativos de este tipo de mensajes.

La telebasura se encuentra hoy en un momento ascendente de su ciclo vital. Es como un cáncer, cuya metástasis tiende a invadirlo todo, o quizás como un virus informático que, contamina lo que toca y acaba por impedir el mantenimiento o la aparición en las parrillas de otros modelos de información mas respetuosos con la verdad y con el interés social.

5. Ha llegado el momento de que todos los agentes implicados en la actividad televisiva tomen conciencia de su responsabilidad ante la telebasura, que por supuesto varia en importancia según la capacidad de cada uno de condicionar las reglas del mercado.

Responsabilidad, por tanto de los Poderes Públicos, de las cadenas, de los

anunciantes. Responsabilidad de los programadores y de los profesionales. Y responsabilidad, también, del ciudadano, que aun sin dejarse engañar por la falacia del "espectador soberano" que por su mero dominio del mando tiene la capacidad de modelar la oferta, debe saber que su decisión de ver un programa no esta exenta de consecuencias, ni para su propia dignidad ni para el propio mercado televisivo.

En la televisión nos enfrentamos con un fenómeno social complejo articulado en grandes compañías de cuya objetividad es licito discrepar. Detrás de los medios de comunicación existen intereses, poderes y modelos sociales e ideológicos. por tanto, cuestionar su objetividad y preguntarse el porque de determinadas insistencias en un tema mientras se ignoran otros, es una forma de empezar a comprender críticamente los mensajes televisivos.

6. Por todo lo anterior, los abajo firmantes queremos manifestar nuestro rechazo y preocupación ante la telebasura y exigimos, como garantía de control social en una sociedad democrática, tanto la elaboración de un código ético de regulación de los contenidos televisivos como la constitución de un Consejo Superior de los Medios Audiovisuales, en los términos en los que fue aprobado por la mayoría de los grupos parlamentarios en la anterior legislatura.

Si estas de acuerdo con este manifiesto, puedes enviar tu firma de apoyo, indicando nombre completo, profesión y DNI a: tvbasura@arrakis.es

PLATAFORMA POR UNA TELEVISIÓN DE CALIDAD

Asociación de Usuarios de la Comunicación, Unión General de Trabajadores, Comisiones Obreras, Confederación Española de Madres y Padres de Alumnos, Unión de Consumidores de España, Confederación de Asociaciones de Vecinos de España.

ANEXO IV - DVD

Vídeo 1 - A televisão espanhola

Vídeo 2 - Tentativa do golpe militar 23F

Vídeo 3 - A noite em que nasceu a telebasura

Vídeo 4 - Queixas do telespectadores em relação à tv espanhola

Vídeo 5 - Caso Marta de Castillo

Vídeo 6 - Paz Padilla fala de Sálvame

Vídeo 7 - Trechos de Sálvame

LISTA DE ANEXOS

Anexo I - Aspectos que ferem o horário de super proteção à infância e juventude apresentados em <i>Sálvame</i>	78
Anexo II – Código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia	81
Anexo III – Manifiesto contra la telebasura	93
Anexo IV – DVD	96
Anexo V – Dados do mercado televisivo espanhol.....	97
Anexo VI – Ley General de la Comunicación Audiovisual.....	103
Referências	74

ANEXO V - DADOS DO MERCADO TELEVISIVO ESPANHOL

Fonte: Comissão del Mercado de las Telecomunicaciones - CMT

5. SERVICIOS DE TELEVISIÓN Y RADIO - c) Consumos y contrataciones

129. Consumo de televisión

(minutos/persona/día)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	210	208	211	213	218	217	217	223	227	226	234	239	246

Fuente: Kantar Media.

Última actualización 29/05/2013

Extracción de datos 15/08/2013

Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

La difusión de información que se realiza por este medio se hace únicamente a título informativo. Los datos anuales y trimestrales están sujetos a actualizaciones por parte de los operadores que suministran la información y, por lo tanto, puede haber modificaciones respecto a lo publicado, prevaleciendo siempre los últimos datos que se muestren.

2. INFRAESTRUCTURAS - c) Difusión señal audiovisual

21. Estaciones para la difusión terrestre de señales audiovisuales

(número de elementos)

	2010		2011		2012	
	Televisión analógica	Televisión digital	Televisión analógica	Televisión digital	Televisión analógica	Televisión digital
Emisores	8	3.731	4	3.868	2	3.863
Reemisores	4	2.573	2	2.505	0	2.496

Última actualización 24/05/2013

Extracción de datos 15/08/2013

Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

5. SERVICIOS DE TELEVISIÓN Y RADIO - a) Ingresos

123. Ingresos de televisión en abierto y de pago

(millones de euros y porcentaje)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Televisión en abierto	668,94	2.076,22	1.979,41	2.182,80	2.250,51	2.494,08	2.787,30
	40,5%	63,9%	68,4%	59,8%	51,7%	59,6%	60,0%
Televisión de pago	982,56	1.174,42	914,79	1.466,62	2.103,60	1.692,89	1.855,87
	59,5%	36,1%	31,6%	40,2%	48,3%	40,4%	40,0%
Total	1.651,50	3.250,64	2.894,20	3.649,42	4.354,11	4.186,97	4.643,17
	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Última actualización 29/05/2013

Extracción de datos 15/08/2013

Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

La difusión de información que se realiza por este medio se hace únicamente a título informativo. Los datos anuales y trimestrales están sujetos a actualizaciones por parte de los operadores que suministran la información y, por lo tanto, puede haber modificaciones respecto a lo publicado, prevaleciendo siempre los últimos datos que se muestren.

5. SERVICIOS DE TELEVISION Y RADIO - a) Ingresos

122. Ingresos de servicios audiovisuales por concepto

(millones de euros y porcentaje)

	2003	2004	2005	2006	2007
Ingresos publicitarios	2.413,66 45,0%	2.772,11 52,5%	3.066,82 54,0%	3.290,47 50,4%	3.582,48 52,8%
Cuotas de televisión de pago	1.379,86 25,7%	1.200,86 22,8%	1.216,41 21,4%	1.309,66 20,1%	1.393,69 20,5%
PPV y vídeo bajo demanda	104,17 1,9%	130,26 2,5%	151,07 2,7%	184,91 2,8%	227,70 3,4%
Subvenciones	681,16 12,7%	752,52 14,3%	660,90 11,6%	1.190,92 18,3%	1.017,70 15,0%
Otros	780,45 14,6%	420,39 8,0%	584,55 10,3%	547,48 8,4%	564,51 8,3%
Total	5.359,29 100,0%	5.276,14 100,0%	5.679,75 100,0%	6.523,44 100,0%	6.786,07 100,0%

"Otros" incluye ingresos derivados de producciones propias, envío de SMS, llamadas de tarificación adicional, etc.

Última actualización 29/05/2013

Extracción de datos 15/08/2013

2008	2009	2010	2011	2012
3.250,99 48,0%	2.585,00 43,4%	2.589,20 38,7%	2.328,07 36,0%	1.925,03 32,6%
1.419,36 20,9%	1.377,46 23,2%	1.430,70 21,4%	1.471,65 22,8%	1.492,53 25,3%
243,42 3,6%	129,51 2,2%	61,89 0,9%	42,09 0,7%	29,92 0,5%
1.268,51 18,7%	1.430,47 24,0%	2.264,85 33,9%	2.334,55 36,1%	2.140,94 36,3%
597,56 8,8%	427,69 7,2%	339,71 5,1%	283,21 4,4%	313,95 5,3%
6.779,85 100,0%	5.950,13 100,0%	6.686,34 100,0%	6.459,58 100,0%	5.902,37 100,0%



LEGISLACIÓN CONSOLIDADA

Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

Jefatura del Estado
«BOE» núm. 79, de 1 de abril de 2010
Referencia: BOE-A-2010-5292

TEXTO CONSOLIDADO Última modificación: 5 de junio de 2013

JUAN CARLOS I

REY DE ESPAÑA

A todos los que la presente vieren y entendieren.

Sabed: Que las Cortes Generales han aprobado y Yo vengo en sancionar la siguiente ley.

PREÁMBULO

La industria audiovisual se ha convertido en los últimos años en un sector cada vez con mayor peso y trascendencia para la economía. Los contenidos audiovisuales y su demanda forman parte de la vida cotidiana del ciudadano actual. No se concibe el mundo, el ocio, el trabajo o cualquier otra actividad sin lo audiovisual.

En los últimos años la comunicación audiovisual se ha basado en la explotación tradicional de la radio y televisión analógica condicionada por la escasez de espectro radioeléctrico y, por tanto, por una oferta pública y privada reducida y con un modelo de explotación muy asentado pero comercialmente poco sostenible.

La tecnología digital viene a romper con este modelo y plantea un aumento exponencial de la señales de radio y televisión gracias a la capacidad de compresión de la señal que se incrementa aumentando la calidad de la señal audiovisual. Aumenta el acceso a los medios audiovisuales y se multiplican las audiencias, pero, por esta misma razón, se fragmentan. Irrumpe Internet como competidora de contenidos. Los modelos de negocio evolucionan y se desplazan. Como consecuencia de todo ello, la normativa tiene que evolucionar con los tiempos y debe adaptarse a los nuevos desarrollos tecnológicos.

Se hace necesario por tanto, regular, ordenar con visión de medio y largo plazo, con criterios que despejen incertidumbres y den seguridad a las empresas y con la intención de proteger al ciudadano de posiciones dominantes de opinión o de restricción de acceso a contenidos universales de gran interés o valor.

Así lo han entendido los países más avanzados y la propia Unión Europea que a través de Directivas ha establecido y perfecciona periódicamente normas que configuran un régimen básico común que garantice el pluralismo y los derechos de los consumidores.

Directivas que obligatoriamente deben transponerse a la legislación española. Esa es una de las funciones de esta Ley, la transposición de la Directiva 2007/65/CE de Servicios

de Comunicación Audiovisual del Parlamento Europeo y del Consejo de 11 de diciembre del 2007.

Pero no es sólo este el objetivo de la Ley General de la Comunicación Audiovisual. Hoy España dispone de una legislación audiovisual dispersa, incompleta, a veces desfasada y obsoleta, con grandes carencias para adaptarse a los tiempos y, por tanto, permanentemente sometida a cambios frecuentes, vía decreto o subsumida en otras leyes de temática diversa. Nos encontramos pues ante una normativa vigente, alejada de la realidad, y limitativa que en su origen, nació con vocación de transitoriedad pero que se ha perpetuado más tiempo del inicialmente previsto.

Consecuentemente, esta Ley pretende compendiar la normativa vigente aún válida, actualizar aquellos aspectos que han sufrido importantes modificaciones y regular las nuevas situaciones carentes de marco legal. Y todo ello con la misión de dar seguridad jurídica a la industria y posibilitar la creación de grupos empresariales audiovisuales con capacidad de competir en el mercado europeo y la apertura regulada de nuevos modelos de negocio como son la TDT de pago, la Alta Definición y la TV en Movilidad; y hacerlo garantizando también, el pluralismo y la protección de los derechos ciudadanos; al mismo tiempo que se fijan unas reglas de transparencia y competencia claras en un contexto de convivencia del sector público con el privado y de liberalización de la actividad audiovisual.

Esta normativa general de referencia ha sido una demanda del sector audiovisual en su conjunto y de los consumidores desde hace años. Esta Ley por tanto nace con la vocación de aprobar una asignatura pendiente de nuestra democracia, superar el disenso y alcanzar un acuerdo para una reforma que quiere ver la luz con voluntad de permanencia. Una ley que codifique, liberalice y modernice la vieja y dispersa normativa española actual, otorgue seguridad y estabilidad al sector público y privado, a corto y medio plazo, mediante un marco jurídico básico suficientemente flexible para adaptarse al dinamismo que por definición tienen este sector ante la vertiginosa y continua evolución tecnológica.

Esta ley debe entenderse también, inmersa en el proyecto de reforma audiovisual del Gobierno emprendida en la legislatura anterior con la aprobación de la Ley 17/2006 de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal y complementada con la Ley de Financiación de la Corporación RTVE.

Y es que la Ley General de la Comunicación Audiovisual se presenta como norma básica no sólo para el sector privado sino también para el público fijando, con el más absoluto respeto competencial que marca nuestra Constitución, los principios mínimos que deben inspirar la presencia en el sector audiovisual de organismos públicos prestadores del servicio público de radio, televisión y servicios interactivos. Principios inspirados en la normativa y recomendaciones comunitarias sobre financiación pública compatible con el Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea, control independiente a través de organismos reguladores y garantía y protección de derechos.

En este sentido, la norma aspira a promover una sociedad más incluyente y equitativa y, específicamente en lo referente a la prevención y eliminación de discriminaciones de género, en el marco de lo establecido en materia de publicidad y medios de comunicación en la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de protección integral contra la violencia de género y la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de hombres y mujeres.

Estos son los principios que inspiran el articulado de esta ley que regula la comunicación audiovisual de cobertura estatal y que en su sistemática ha colocado en primer lugar, tras los artículos de Objetivos, Definiciones y Ámbito de Aplicación, el reconocimiento de derechos. Así el Capítulo I del Título II esta consagrado íntegramente a la garantía de los derechos de los ciudadanos a recibir comunicación audiovisual en condiciones de pluralismo cultural y lingüístico lo que implica la protección de las obras audiovisuales europeas y españolas en sus distintas lenguas, así como a exigir ante las autoridades la adecuación de los contenidos al ordenamiento constitucional vigente. Este capítulo trata de forma individualizada las obligaciones de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual en relación a los menores y personas con discapacidad que merecen a juicio del legislador y de las instituciones europeas una protección especial.

En el Capítulo II de este Título II se incluyen los derechos de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual que básicamente son el de prestar ese servicio en condiciones de libertad en cuanto a selección de contenidos, línea editorial y emisión de canales.

Libertad absoluta en el caso de las comunicaciones electrónicas. La posibilidad y condiciones de autorregulación y de emisión de contenidos publicitarios constituyen otros dos grandes apartados de derechos que se consagran en esta ley.

La regulación de la publicidad, conforme a los criterios establecidos por la Directiva Comunitaria ya citada, ocupa una parte importante de esta Ley. Está concebida como un instrumento de protección del consumidor frente a la emisión de mensajes publicitarios en todas sus formas en cuanto a tiempo y contenidos pero también con una normativa reguladora básica para impedir abusos e interpretaciones divergentes que han llevado, en el pasado, a la apertura de expedientes y discrepancias serias a la hora de interpretar los preceptos europeos. Y que, con esta Ley se pretende acabar al plantear un escenario claro e inequívoco alineado con la terminología y los postulados de la Comisión y el Parlamento Europeo.

Finalmente este Título II dedica un capítulo a la regulación de los derechos sobre contenidos en régimen de exclusividad en la que se protege el derecho a la información de todos los ciudadanos como derecho prioritario y se fijan límites a la exclusividad en función de criterios de interés general que aseguran la emisión en abierto de una serie de acontecimientos relacionados fundamentalmente con eventos deportivos de gran audiencia y valor. Para ello, se incluye una referencia normativa básica siguiendo los criterios, resoluciones y recomendaciones de las autoridades y organismos de vigilancia de la competencia españoles y europeos.

El Título III parte del principio de libertad de empresa y establece el régimen jurídico básico para la prestación de un servicio de comunicación audiovisual, diferenciando aquellos que sólo precisan de comunicación previa por estar su segmento liberalizado, de aquellos otros que por utilizar espacio radioeléctrico público a través de ondas hertzianas y tener capacidad limitada necesitan de licencia previa otorgada en concurso público celebrado en las condiciones que fija esta misma Ley.

Los principios de titularidad europea y de reciprocidad, que se incorporan a la legislación española en este sector, presiden este régimen jurídico. Con el objetivo de reforzar la seguridad se amplía hasta 15 años el período de concesión de licencia, actualmente en diez y, como novedades, se establece la renovación automática si se cumplen determinados requisitos y se reconoce la posibilidad de arrendar o ceder licencias en determinadas condiciones. También como un derecho de los titulares de las licencias se regula el acceso condicional o de pago, limitándolo a un 50% de los canales concedidos a cada licencia para garantizar una extensa oferta de televisión en abierto.

Otra de las novedades de esta Ley es el reconocimiento del derecho de acceso a los servicios de comunicación electrónica en condiciones plenas de interactividad, las emisiones en cadena de los servicios de comunicación radiofónicos y los servicios de comunicación audiovisual comunitarios concebidos únicamente sin finalidad comercial.

El Título III dedica una sección a los denominados «Nuevos entrantes tecnológicos» o nuevas formas de comunicación audiovisual. Esencialmente TV en Movilidad, Alta Definición e Interactividad, permitiendo la posibilidad de decodificadores únicos que permitan acceder a los servicios interactivos de todas las ofertas.

El Título III finaliza con un conjunto de artículos destinados a garantizar el pluralismo y la libre competencia en el mercado radiofónico y televisivo dada la importancia que tienen estos medios en la formación de la opinión pública. Se reconoce el derecho a poseer participaciones significativas en varios prestadores de servicios estatales de comunicación, pero se limita ese derecho si en el momento de la fusión o compra de acciones se acumula más del 27% de la audiencia. Se ha optado por el criterio de audiencias a la hora de evaluar posiciones de dominio en el mercado siguiendo las soluciones recogidas por la más reciente legislación de los países europeos en la materia.

Asimismo, un solo titular no podrá tener participaciones significativas en prestadores de servicios de comunicación audiovisual que acumulen más de dos múltiplex ocho canales y en todo caso deben garantizarse un mínimo de tres operadores privados estatales.

El Título IV se ocupa íntegramente de la normativa básica del Servicio Público de radio, televisión y oferta interactiva, respetando el sistema competencial fijado en la Constitución Española. En concreto, se refiere a los objetivos generales que debe buscar este servicio público como son: difundir contenidos que fomenten los valores constitucionales, la formación de opinión pública plural, la diversidad lingüística y cultural y la difusión del

conocimiento y las artes, así como la atención a las minorías. Los objetivos deberán concretarse cada nueve años por los Parlamentos u órganos similares a nivel autonómico y local.

Asimismo, esta Ley supone un alineamiento con las Directivas, Comunicaciones, Decisiones y Recomendaciones de las instituciones europeas sobre los servicios públicos de radiodifusión en relación a la compatibilidad de su financiación con el Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea en lo relativo a ayudas estatales y a la contabilización del coste neto del servicio público así como a la posibilidad de crear fondos de reserva; a la necesidad de evaluación previa sobre incidencia en el mercado audiovisual nacional ante la introducción de nuevos servicios y, finalmente al control por organismos reguladores independientes del cumplimiento de la misión de servicio público encomendado.

Y es precisamente, la creación y regulación de la Autoridad Audiovisual estatal la que ocupa el Título V de esta Ley. El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA) será el órgano regulador y supervisor del sector que ejercerá sus competencias bajo el principio de independencia de los poderes políticos y económicos.

Tendrá poder sancionador y sus miembros serán elegidos por mayoría cualificada de tres quintos del Congreso de los Diputados. Serán sus funciones principales garantizar la transparencia y el pluralismo en el sector y la independencia e imparcialidad de los medios públicos así como del cumplimiento de su función de servicio público. Se crea, asimismo, un Comité Consultivo de apoyo que garantice la participación de colectivos y asociaciones ciudadanas. Cierra el articulado el Título VI que contempla el régimen sancionador.

En las Disposiciones Transitorias se abordan las cuestiones relativas a la transición de modelos, los servicios de apoyo para las personas con discapacidad, los plazos de reserva para cuestiones como la obra europea o la producción independiente. Se garantiza la continuidad de un Catálogo de acontecimientos de interés general para la sociedad hasta la aprobación de un nuevo marco y se define el marco transitorio hasta la constitución del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales. Finalmente en la Disposición Transitoria Novena, se establecen límites al aprovechamiento del dominio público radioeléctrico sobrevenido por la mejora tecnológica.

La Ley General de la Comunicación Audiovisual deroga en su totalidad doce Leyes y parcialmente otras seis y cuenta con ocho Disposiciones Finales.

En definitiva, la Ley General de la Comunicación Audiovisual articula la reforma del sector y dota a España de una normativa audiovisual acorde con los tiempos, coherente, dinámica, liberalizadora y con garantías de control democrático y respeto y refuerzo de los derechos de los ciudadanos, de los prestadores y del interés general.

TÍTULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. *Objeto de la ley.*

Esta Ley regula la comunicación audiovisual de cobertura estatal y establece las normas básicas en materia audiovisual sin perjuicio de las competencias reservadas a las Comunidades Autónomas y a los Entes Locales en sus respectivos ámbitos.

Artículo 2. *Definiciones.*

1. Prestador del servicio de comunicación audiovisual.

La persona física o jurídica que tiene el control efectivo, esto es, la dirección editorial, sobre la selección de los programas y contenidos y su organización en un canal o en un catálogo de programas. El arrendatario de una licencia de comunicación audiovisual tendrá la consideración de prestador de servicio.

2. Servicios de comunicación audiovisual.

Son servicios de comunicación audiovisual aquellos cuya responsabilidad editorial corresponde a un prestador del servicio y cuya principal finalidad es proporcionar, a través

de redes de comunicaciones electrónicas, programas y contenidos con objeto de informar, entretener o educar al público en general, así como emitir comunicaciones comerciales.

Son modalidades del servicio de comunicación audiovisual:

a) El servicio de comunicación audiovisual televisiva, que se presta para el visionado simultáneo de programas sobre la base de un horario de programación.

b) El servicio de comunicación audiovisual televisiva a petición, que se presta para el visionado de programas y contenidos en el momento elegido por el espectador y a su propia petición sobre la base de un catálogo de programas seleccionado por el prestador del servicio de comunicación.

c) El servicio de comunicación audiovisual televisiva en movilidad o «televisión en movilidad», que se presta para el visionado de programas y contenidos en un dispositivo móvil.

d) El servicio de comunicación audiovisual radiofónica, que se presta para la audición simultánea de programas y contenidos sobre la base de un horario de programación.

e) Los servicios de comunicación audiovisual radiofónica a petición, que se presta para la audición de programas y contenidos en el momento elegido por el oyente y a su propia petición sobre la base de un catálogo de programas seleccionado por el prestador del servicio de comunicación.

f) El servicio de comunicación audiovisual radiofónica en movilidad o «radio en movilidad», que se presta para la audición de programas y contenidos en un dispositivo móvil.

3. Servicio de comunicación audiovisual de cobertura estatal.

Se considera servicio de comunicación audiovisual de cobertura estatal:

a) El servicio público de comunicación audiovisual cuya reserva para la gestión directa haya sido acordada por el Estado.

b) El servicio de comunicación audiovisual cuya licencia haya sido otorgada por el Estado.

c) El servicio de comunicación audiovisual que se presta para el público de más de una Comunidad Autónoma.

Sin embargo, no será considerado de cobertura estatal en los supuestos de desbordamientos naturales de la señal en la emisión para el territorio en el cual se ha habilitado la prestación del servicio.

4. Servicios comunicación audiovisual en abierto o codificado.

El servicio de comunicación audiovisual en abierto es aquel cuya recepción es libre.

El servicio de comunicación audiovisual codificado es aquel cuya recepción debe ser autorizada por el prestador.

5. Servicio de comunicación audiovisual de pago.

Son servicios mediante pago o de pago aquellos servicios de comunicación audiovisual y servicios conexos que se realizan por el prestador del servicio de comunicación audiovisual a cambio de contraprestación del consumidor. Esa contraprestación se puede realizar, entre otras, en la forma de suscripción, pre-pago o pago por visión directa, ya sea para visionar o escuchar canales, programas o paquetes de programas.

6. Programas audiovisuales.

a) Programa de televisión: Conjunto de imágenes en movimiento, con o sin sonido, que constituye un elemento unitario dentro del horario de programación de un canal o de un catálogo de programas. En todo caso son programas de televisión: los largometrajes, las manifestaciones deportivas, las series, los documentales, los programas infantiles y las obras de teatro originales, así como las retransmisiones en directo de eventos, culturales o de cualquier otro tipo.

b) Programa de radio: Conjunto de contenidos sonoros que forma un elemento unitario dentro del horario de programación de un canal o un catálogo de programas.

7. Canal Múltiple o Múltiplex.

Señal compuesta para transmitir un canal o frecuencia radioeléctrica y que, al utilizar la tecnología digital, permite la incorporación de las señales correspondientes a varios canales de televisión y radio y de las señales correspondientes a varios servicios asociados y a servicios de comunicaciones electrónicas.

8. Canal.

Conjunto de programas de televisión o de radio organizados dentro de un horario de programación que no puede ser alterado por el público.

9. Canal de televenta.

Canal de radio o televisión que emite exclusivamente contenidos de venta directa organizados en programas con una duración mínima ininterrumpida de 15 minutos.

10. Cadena radiofónica.

Conjunto de emisiones simultáneas de radio organizadas dentro de un horario de programación que no puede ser alterado por el público.

11. Catálogo de programas.

Conjunto de programas puestos a disposición del público, que elige el programa y el momento de su visión o su audición.

12. Obras europeas.

Se consideran obras europeas:

a) Las obras originarias de los Estados miembros; y las obras originarias de terceros Estados europeos que sean parte del Convenio Europeo sobre la Televisión Transfronteriza del Consejo de Europa, siempre que las obras de los Estados miembros no estén sometidas a medidas discriminatorias en el tercer país de que se trate.

Se considera obra originaria la realizada esencialmente con la participación de autores y trabajadores que residan en uno o varios Estados de los mencionados en el párrafo anterior. Siempre que, además, cumpla una de las tres condiciones siguientes: que las obras sean realizadas por uno o más productores establecidos en uno o varios de dichos Estados; que la producción de las obras sea supervisada y efectivamente controlada por uno o varios productores establecidos en uno o varios de dichos Estados; que la contribución de los coproductores de dichos Estados sea mayoritaria en el coste total de la coproducción, y ésta no sea controlada por uno o varios productores establecidos fuera de dichos Estados.

b) Las obras coproducidas en el marco de acuerdos relativos al sector audiovisual concertados entre la Unión Europea y terceros países que satisfagan las condiciones fijadas en los mismos, siempre que las obras de los Estados miembros no estén sometidas a medidas discriminatorias en el tercer país de que se trate.

c) Las obras que no sean europeas con arreglo al apartado a), pero que se hayan producido en el marco de tratados de coproducción bilaterales celebrados entre los Estados miembros y terceros países, siempre que la contribución de los coproductores comunitarios en el coste total de la producción sea mayoritaria y que dicha producción no esté controlada por uno o varios productores establecidos fuera del territorio de los Estados miembros.

13. Responsabilidad editorial.

Se entiende por responsabilidad editorial el ejercicio de control efectivo tanto sobre la selección de los programas como sobre su organización, ya sea en un horario de programación cronológico o en un catálogo de los servicios de comunicación audiovisual. La responsabilidad editorial no implica necesariamente una responsabilidad legal de acuerdo con la legislación nacional por los contenidos o los servicios prestados.

14. Servicios conexos e interactivos.

Son los contenidos o servicios, asociados o no a los programas audiovisuales, que son incorporados por los prestadores de servicios de comunicación audiovisual o por los operadores de comunicaciones electrónicas a los que la ciudadanía puede acceder a través de distintos procedimientos vinculados o no con el canal de difusión.

Este acceso puede estar o no vinculado a un canal de retorno, según el grado de interactividad del servicio que se preste.

Cuando no exista este canal de retorno, la interactividad consistirá en la transmisión continua y sucesiva de datos a los que el ciudadano accederá libremente o previa autorización del prestador. La información será almacenada en un receptor y se renovará con la periodicidad que establezca el prestador del servicio.

Cuando exista canal de retorno, el usuario interactuará con el prestador del servicio, posibilitando el acceso a contenidos adicionales vinculados o no a los programas audiovisuales y la navegación por ellos así como el envío de respuestas, incluido el envío de datos que permitan realizar transacciones económicas por parte de los usuarios así como la comunicación entre distintos usuarios.

15. Prestador de un servicio de comunicación electrónica que difunde canales de televisión.

La persona física o jurídica prestadora del servicio de comunicación electrónica que ofrezca, conjuntamente con un servicio de acceso a comunicaciones electrónicas, una oferta de canales de televisión que en sus contenidos incluyan películas cinematográficas, películas para televisión o series para televisión, ofrecidas en un paquete seleccionado por el prestador de comunicación electrónica.

16. Prestador de un servicio de catálogo de programas.

La persona física o jurídica reconocida como prestador de servicio de comunicación audiovisual en la modalidad de «comunicación audiovisual a petición» que, directa o indirectamente, ofrece bajo demanda de clientes minoristas el visionado de películas cinematográficas, películas para televisión y series para televisión en un reproductor fijo, portátil o móvil con acceso a redes de IP.

17. Películas cinematográficas de largometraje.

La película cinematográfica que tenga una duración de sesenta minutos o superior, así como la que, con una duración superior a cuarenta y cinco minutos, sea producida en soporte de formato 70 mm., con un mínimo de 8 perforaciones por imagen.

18. Películas cinematográficas de cortometraje.

La película cinematográfica que tenga una duración inferior a sesenta minutos, excepto las de formato de 70 mm. que se contemplan en la letra anterior.

19. Película para televisión.

La obra audiovisual unitaria de ficción, con características creativas similares a las de las películas cinematográficas, cuya duración sea superior a 60 minutos e inferior a 200 minutos, tenga desenlace final y con la singularidad de que su explotación comercial esté destinada a su emisión o radiodifusión por operadores de televisión y no incluya, en primer término, la exhibición en salas de cine. Cuando sea oportuno en razón de su duración, podrá ser objeto de emisión dividida en dos partes.

20. Miniseries de Televisión:

Aquellas películas para televisión que, por razón de su duración, puedan ser objeto de emisión dividida en dos partes y que, cuando tenga lugar su emisión en estas condiciones, la duración conjunta de estas películas no supere los 200 minutos.

21. Series de televisión.

La obra audiovisual formada por un conjunto de episodios de ficción, animación o documental con o sin título genérico común, destinada a ser emitida o radiodifundida por operadores de televisión de forma sucesiva y continuada, pudiendo cada episodio corresponder a una unidad narrativa o tener continuación en el episodio siguiente.

22. Productor independiente.

El productor es la persona física o jurídica que asume la iniciativa, la coordinación y el riesgo económico de la producción de contenidos audiovisuales. El productor independiente

es la persona física o jurídica que produce esos contenidos, por iniciativa propia o por encargo, y a cambio de contraprestación los pone a disposición de un prestador de servicio de comunicación audiovisual con el que no está vinculado de forma estable en una estrategia empresarial común.

Se presume que están vinculados de forma estable cuando son parte del mismo grupo de sociedades conforme al artículo 42 del Código de Comercio, o cuando existen acuerdos estables de exclusividad que limitan la autonomía de las partes para contratar con terceros.

23. Productor de obras audiovisuales para televisión.

Persona natural o jurídica que tiene la iniciativa y asume la responsabilidad de la creación de una obra audiovisual que no esté destinada a ser exhibida en salas cinematográficas, incluyendo las retransmisiones en vivo de acontecimientos que, en su origen, sean producidas con técnicas de televisión y sean susceptibles de exhibición en salas cinematográficas.

24. Comunicación comercial audiovisual.

Las imágenes o sonidos destinados a promocionar, de manera directa o indirecta, los bienes, servicios o imagen de una persona física o jurídica dedicada a una actividad económica. Estas imágenes o sonidos acompañan a un programa o se incluyen en él a cambio de una contraprestación a favor del prestador del servicio.

En todo caso son formas de comunicación comercial audiovisual: el mensaje publicitario televisivo o radiofónico, el patrocinio, la televenta y el emplazamiento de producto.

25. Mensaje publicitario.

Toda forma de mensaje de una empresa pública o privada o de una persona física en relación con su actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con objeto de promocionar el suministro de bienes o prestación de servicios, incluidos bienes inmuebles, derechos y obligaciones.

26. Televenta.

La comunicación audiovisual televisiva de ofertas directas al público con miras al suministro de bienes o la prestación de servicios, incluidos los bienes inmuebles, los derechos y las obligaciones.

27. Telepromoción.

La comunicación comercial audiovisual en la que el presentador o cualquiera de los protagonistas del programa, utilizando el escenario, la ambientación y el atrezzo del programa, exponen por un tiempo claramente superior a la duración de un mensaje publicitario las características de un bien o servicio, de manera que el mensaje no puede ser emitido de manera independiente al programa correspondiente.

28. Autopromoción.

La comunicación audiovisual que informa sobre la programación del prestador del servicio, sobre programas o paquetes de programación determinados o sobre los productos accesorios derivados directamente de ellos.

29. Patrocinio.

Cualquier contribución que una empresa pública o privada o una persona física no vinculada a la prestación de servicios de comunicación audiovisual ni a la producción de obras audiovisuales haga a la financiación de servicios de comunicación audiovisual o programas, con la finalidad de promocionar su nombre, marca, imagen, actividades o productos.

30. Patrocinio Cultural.

Cualquier contribución de una Institución, Empresa o Fundación a la producción de obras audiovisuales, programas de radio y televisión y/o contenidos digitales de temática cultural,

social o de promoción del deporte, con la finalidad de promocionar su actividad, marca y/o imagen o como expresión de su responsabilidad social corporativa.

31. Emplazamiento de producto.

Toda forma de comunicación comercial audiovisual consistente en incluir, mostrar o referirse a un producto, servicio o marca comercial de manera que figure en un programa.

32. Comunicación comercial audiovisual televisiva encubierta.

La presentación verbal o visual, directa o indirecta, de los bienes, servicios, nombre, marca o actividades de un productor de mercancías o un prestador de servicios en programas de televisión, distinta del emplazamiento del producto, en que tal presentación tenga, de manera intencionada por parte del prestador del servicio de comunicación audiovisual, un propósito publicitario y pueda inducir al público a error en cuanto a la naturaleza de dicha presentación. Esta presentación se considerará intencionada, en particular, si se hace a cambio de contraprestación a favor del prestador de servicio.

33. Publicidad subliminal.

Es publicidad subliminal la que mediante técnicas de producción de estímulos de intensidades fronterizas con los umbrales de los sentidos o análogas, pueda actuar sobre el público destinatario sin ser conscientemente percibida.

Artículo 3. *Ámbito de aplicación.*

1. Los servicios de comunicación audiovisual están sujetos a lo dispuesto en esta Ley siempre que el prestador del servicio de comunicación audiovisual se encuentre establecido en España.

Se considera que un prestador de servicios de comunicación audiovisual está establecido en España en los siguientes supuestos:

a) Cuando el prestador de servicios de comunicación audiovisual tiene su sede central en España y las decisiones editoriales sobre el servicio de comunicación audiovisual se toman en España.

b) Cuando el prestador de servicios de comunicación audiovisual tiene su sede central en España pero las decisiones editoriales sobre el servicio de comunicación audiovisual se toman en otro Estado miembro del Espacio Económico Europeo, se considera que el prestador está establecido en España cuando trabaje una parte significativa del personal que realiza las actividades de los servicios de comunicación audiovisual.

En el caso de que una parte significativa del personal que realiza las actividades de servicios de comunicación audiovisual trabaje en España y en el otro Estado miembro, se considerará que el prestador del servicio de comunicación audiovisual está establecido en España cuando tenga su sede central en España.

En el caso de que una parte significativa del personal que realiza las actividades de servicios de comunicación audiovisual no trabaje ni en España ni en ningún Estado miembro, se considerará que el prestador del servicio de comunicación audiovisual está establecido en España si inició por primera vez su actividad en España, siempre y cuando mantenga un vínculo estable y efectivo con la economía de España.

c) Cuando el prestador de servicios de comunicación audiovisual tiene su sede central en España, pero las decisiones editoriales sobre el servicio de comunicación audiovisual se toman en un tercer país, o viceversa, se considerará que está establecido en España siempre que una parte significativa del personal que realiza las actividades de comunicación audiovisual trabaje en España.

Se considera que un prestador de servicios de comunicación audiovisual al que no se le aplique lo establecido en el apartado anterior, está sometido a la jurisdicción de España en los siguientes casos:

a) si el prestador de servicios de comunicación audiovisual utiliza un enlace ascendente con un satélite situado en España,

b) si, aunque no use un enlace ascendente con un satélite situado en un Estado miembro, utiliza una capacidad de satélite perteneciente a España.

2. Están excluidos del ámbito de aplicación de esta Ley sin perjuicio de las obligaciones que les correspondan de acuerdo con esta Ley:

a) Las redes y servicios de comunicaciones electrónicas utilizados para el transporte y difusión de la señal de los servicios de comunicación audiovisual, sus recursos asociados y los equipos técnicos necesarios para la recepción de la comunicación audiovisual. Su régimen es el propio de las telecomunicaciones.

b) Las personas físicas o jurídicas que únicamente difundan o transporten la señal de programas audiovisuales cuya responsabilidad editorial corresponde a terceros.

c) Las comunicaciones audiovisuales sin carácter económico, a excepción de los servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro del artículo 32 de esta Ley, así como los servicios que no constituyan medios de comunicación en masa, es decir, que no estén destinados a una parte significativa del público y no tengan un claro impacto sobre él, y en general cualesquiera actividades que no compitan por la misma audiencia que las emisiones de radiodifusión televisiva. En particular, están excluidos del alcance de la Ley los sitios web de titularidad privada y los que tengan por objeto contenido audiovisual generado por usuarios privados.

TÍTULO II

Normativa básica para la Comunicación Audiovisual

CAPÍTULO I

Los derechos del público

Artículo 4. *El derecho a recibir una comunicación audiovisual plural.*

1. Todas las personas tienen el derecho a que la comunicación audiovisual se preste a través de una pluralidad de medios, tanto públicos, comerciales como comunitarios que reflejen el pluralismo ideológico, político y cultural de la sociedad. Además, todas las personas tienen el derecho a que la comunicación audiovisual se preste a través de una diversidad de fuentes y de contenidos y a la existencia de diferentes ámbitos de cobertura, acordes con la organización territorial del Estado. Esta prestación plural debe asegurar una comunicación audiovisual cuya programación incluya distintos géneros y atienda a los diversos intereses de la sociedad, especialmente cuando se realice a través de prestadores de titularidad pública.

Reglamentariamente se determinarán los requisitos y condiciones en que deberán prestarse los servicios audiovisuales de pago.

2. La comunicación audiovisual nunca podrá incitar al odio o a la discriminación por razón de género o cualquier circunstancia personal o social y debe ser respetuosa con la dignidad humana y los valores constitucionales, con especial atención a la erradicación de conductas favorecedoras de situaciones de desigualdad de las mujeres.

3. Los operadores de servicios de comunicación audiovisual promoverán el conocimiento y la difusión de las lenguas oficiales en el Estado y de sus expresiones culturales. En este sentido, los operadores de titularidad pública contribuirán a la promoción de la industria cultural, en especial a la de creaciones audiovisuales vinculadas a las distintas lenguas y culturas existentes en el Estado.

4. La comunicación audiovisual debe respetar el honor, la intimidad y la propia imagen de las personas y garantizar los derechos de rectificación y réplica. Todo ello en los términos previstos por la normativa vigente.

5. Todas las personas tienen el derecho a que la comunicación informativa se elabore de acuerdo con el deber de diligencia en la comprobación de la veracidad de la información y a que sea respetuosa con el pluralismo político, social y cultural.

6. Todas las personas tienen el derecho a ser informados de los acontecimientos de interés general y a recibir de forma claramente diferenciada la información de la opinión.

Artículo 5. *El derecho a la diversidad cultural y lingüística.*

1. Todas las personas tienen el derecho a que la comunicación audiovisual incluya una programación en abierto que refleje la diversidad cultural y lingüística de la ciudadanía.

Las Comunidades Autónomas con lengua propia podrán aprobar normas adicionales para los servicios de comunicación audiovisual de su ámbito competencial con el fin de promover la producción audiovisual en su lengua propia.

2. Para la efectividad de este derecho, los prestadores del servicio de comunicación televisiva de cobertura estatal o autonómica deben reservar a obras europeas el 51% del tiempo de emisión anual de cada canal o conjunto de canales de un mismo prestador con exclusión del tiempo dedicado a informaciones, manifestaciones deportivas, juegos, publicidad, servicios de teletexto y televenta. A su vez, el 50% de esa cuota queda reservado para obras europeas en cualquiera de las lenguas españolas. En todo caso, el 10% del total de emisión estará reservado a productores independientes del prestador de servicio y la mitad de ese 10% debe haber sido producida en los últimos cinco años.

Los prestadores de un catálogo de programas deben reservar a obras europeas el 30% del catálogo. De esa reserva la mitad lo será en alguna de las lenguas oficiales de España.

3. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva de cobertura estatal o autonómica deberán contribuir anualmente a la financiación anticipada de la producción europea de películas cinematográficas, películas y series para televisión, así como documentales y películas y series de animación, con el 5 por 100 de los ingresos devengados en el ejercicio anterior conforme a su cuenta de explotación, correspondientes a los canales en los que emiten estos productos audiovisuales con una antigüedad menor a siete años desde su fecha de producción. Para los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública de cobertura estatal o autonómica esta obligación será del 6 por 100.

La financiación de las mencionadas obras audiovisuales podrá consistir en la participación directa en su producción o en la adquisición de los derechos de explotación de las mismas.

Como mínimo, el 60 por 100 de esta obligación de financiación, y el 75 por 100 en el caso de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública, deberá dedicarse a películas cinematográficas de cualquier género.

En todo caso, el 60 por ciento de esta obligación de financiación se destinará a la producción en alguna de las lenguas oficiales en España.

De este importe, al menos el 50 por 100 deberá aplicarse en el conjunto del cómputo anual a obras de productores independientes. En las coproducciones no se contabilizará a estos efectos la aportación del productor independiente.

Asimismo, los prestadores de servicios de comunicación audiovisual podrán dedicar hasta el 40 por 100 restante, y hasta el 25 por 100 en el caso de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública, del total de su respectiva obligación de financiación a películas, series o miniseries para televisión. Dentro de estos porcentajes, los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de titularidad pública deberán dedicar un mínimo del 50 % a películas o miniseries para televisión.

Los prestadores de servicios de comunicación audiovisual cuya obligación de inversión venga derivada de la emisión, en exclusiva o en un porcentaje superior al 70% de su tiempo total de emisión anual, de un único tipo de contenidos, siendo éstos películas cinematográficas, series de televisión, producciones de animación o documentales, podrán materializarla invirtiendo únicamente en este tipo de contenidos siempre que se materialicen en soporte fotoquímico o en soporte digital de alta definición.

No podrá computarse a los efectos de este artículo la inversión o la compra de derechos de películas que sean susceptibles de recibir la calificación X de conformidad con la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine.

También están sometidos a la obligación de financiación establecida en este artículo los prestadores del servicio de comunicación electrónica que difundan canales de televisión y los prestadores de servicios de catálogos de programas.

Quedan excluidas de esta obligación las televisiones locales que no formen parte de una red nacional.

El control y seguimiento de las obligaciones contenidas en este punto corresponderá al Consejo Estatal de Medios Audiovisuales, previo dictamen preceptivo del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, y sin perjuicio de sus competencias en el ámbito de la industria cinematográfica. Reglamentariamente se establecerán el procedimiento, los mecanismos de cómputo y la información que podrá recabarse de los operadores. Ello no obstante para las emisiones de cobertura limitada al ámbito de una Comunidad Autónoma, dicho control y seguimiento corresponderá al Órgano audiovisual autonómico competente.

Por acuerdo entre uno o varios prestadores de servicios de ámbito estatal o autonómico sujetos a la obligación de financiación establecida en este artículo y una o varias asociaciones que agrupen a la mayoría de los productores cinematográficos, podrá pactarse la forma de aplicación de las obligaciones de financiación previstas en este artículo, respetando las proporciones establecidas en la misma.

Previamente a la firma del acuerdo, las partes recabarán del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales un informe sobre la conformidad del mismo con lo establecido en esta Ley, sin perjuicio de las funciones que sobre la valoración de dichos acuerdos ostente la Comisión Nacional de la Competencia.

Reglamentariamente se establecerán los procedimientos necesarios para garantizar la adecuación del acuerdo con lo establecido en esta Ley. En todo caso, el régimen establecido en dicho acuerdo regirá respecto de las relaciones que se establezcan entre el prestador o prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva firmantes y todos los productores que actúen en el ámbito de aplicación de aquél, sin que pueda limitarse su cumplimiento a los productores miembros de la asociación o asociaciones que lo hubiesen suscrito.

Artículo 6. *El derecho a una comunicación audiovisual transparente.*

1. Todos tienen el derecho a conocer la identidad del prestador del servicio de comunicación audiovisual, así como las empresas que forman parte de su grupo y su accionariado.

A tal efecto, se considera que el prestador está identificado cuando dispone de un sitio web en el que hace constar: el nombre del prestador del servicio; su dirección de establecimiento; correo electrónico y otros medios para establecer una comunicación directa y rápida; y el órgano regulador o supervisor competente.

2. Todos tienen el derecho a conocer la programación televisiva con una antelación suficiente, que en ningún caso será inferior a 3 días. En el caso de la programación televisiva, además la programación se dará a conocer mediante una guía electrónica de programas, cuyo contenido gratuito básico deberá estar asimismo disponible en un servicio de información de programación en Internet mediante un archivo procesable por máquinas, de formato descargable, cuya estructura deberá ser de conocimiento público, y ubicado en una página web cuya disponibilidad será responsabilidad del prestador del servicio de comunicación audiovisual. La programación sólo podrá ser alterada por sucesos ajenos a la voluntad del prestador del servicio audiovisual o por acontecimientos sobrevenidos de interés informativo o de la programación en directo. El servicio de información de la programación en Internet deberá disponer de mecanismos de aviso de que la programación ha sufrido modificaciones de última hora.

3. Las informaciones a que se refiere este artículo contenidas en páginas de Internet, guías electrónicas de programas y otros medios de comunicación de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual que sirvan para hacer efectivo el derecho a la transparencia regulado en este artículo, deberán ser accesibles a las personas con discapacidad.

4. Los poderes públicos y los prestadores del servicio de comunicación audiovisual deben contribuir a la alfabetización mediática de los ciudadanos.

5. Todas las personas tienen el derecho a que la comunicación comercial esté claramente diferenciada del resto de contenidos audiovisuales, en los términos previstos por la normativa vigente.

6. Las páginas de Internet, las guías electrónicas de programas y demás canales o vías de comunicación de los prestadores del servicio que sirvan para hacer efectivo el derecho a

la transparencia regulado en este artículo, deberán ser accesibles a las personas con discapacidad.

Artículo 7. *Los derechos del menor.*

1. Los menores tienen el derecho a que su imagen y voz no sean utilizadas en los servicios de comunicación audiovisual sin su consentimiento o el de su representante legal, de acuerdo con la normativa vigente.

En todo caso, está prohibida la difusión del nombre, la imagen u otros datos que permitan la identificación de los menores en el contexto de hechos delictivos o emisiones que discutan su tutela o filiación.

2. Está prohibida la emisión de contenidos audiovisuales que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores, y, en particular, la de aquellos programas que incluyan escenas de pornografía, maltrato, violencia de género o violencia gratuita.

Aquellos otros contenidos que puedan resultar perjudiciales para el desarrollo físico, mental o moral de los menores solo podrán emitirse en abierto entre las 22 y las 6 horas, debiendo ir siempre precedidos por un aviso acústico y visual, según los criterios que fije la autoridad audiovisual competente. El indicador visual deberá mantenerse a lo largo de todo el programa en el que se incluyan dichos contenidos. Cuando este tipo de contenidos se emita mediante un sistema de acceso condicional, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual deberán incorporar sistemas de control parental.

Asimismo, se establecen tres franjas horarias consideradas de protección reforzada, tomando como referencia el horario peninsular: entre las 8 y las 9 horas y entre las 17 y las 20 horas, en el caso de días laborables, y entre las 9 y las 12 horas sábados, domingos y fiestas de ámbito estatal. Los contenidos calificados como recomendados para mayores de 13 años deberán emitirse fuera de esas franjas horarias, manteniendo a lo largo de la emisión del programa que los incluye el indicativo visual de su calificación por edades.

Será de aplicación la franja de protección horaria de sábados y domingos a los siguientes días: 1 y 6 de enero, Viernes Santo, 1 de mayo, 12 de octubre, 1 de noviembre y 6, 8 y 25 de diciembre.

Todos los prestadores de servicios de comunicación audiovisual televisiva, incluidos los de a petición, utilizarán, para la clasificación por edades de sus contenidos, una codificación digital que permita el ejercicio del control parental. El sistema de codificación deberá estar homologado por la autoridad audiovisual.

Los programas dedicados a juegos de azar y apuestas, sólo pueden emitirse entre la 1 y las 5 de la mañana. Aquellos con contenido relacionado con el esoterismo y las paraciencias, solo podrán emitirse entre las 22 horas y las 7 de la mañana. En todo caso, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tendrán responsabilidad subsidiaria sobre los fraudes que se puedan producir a través de estos programas.

Quedan exceptuados de tal restricción horaria los sorteos de las modalidades y productos de juego con finalidad pública.

En horario de protección al menor, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual no podrán insertar comunicaciones comerciales que promuevan el culto al cuerpo y el rechazo a la autoimagen, tales como productos adelgazantes, intervenciones quirúrgicas o tratamientos de estética, que apelen al rechazo social por la condición física, o al éxito debido a factores de peso o estética.

3. Las comunicaciones comerciales no deberán producir perjuicio moral o físico a los menores. En consecuencia tendrán las siguientes limitaciones:

a) No deben incitar directamente a los menores a la compra o arrendamiento de productos o servicios aprovechando su inexperiencia o credulidad.

b) No deben animar directamente a los menores a que persuadan a sus padres o terceros para que compren bienes o servicios publicitados.

c) No deben explotar la especial relación de confianza que los menores depositan en sus padres, profesores, u otras personas.

d) No deben mostrar, sin motivos justificados, a menores en situaciones peligrosas.

e) No deben incitar conductas que favorezcan la desigualdad entre hombres y mujeres.

f) Las comunicaciones comerciales sobre productos especialmente dirigidos a menores, como los juguetes, no deberán inducir a error sobre las características de los mismos, ni sobre su seguridad, ni tampoco sobre la capacidad y aptitudes necesarias en el menor para utilizarlas sin producir daño para sí o a terceros.

4. La autoridad audiovisual competente promoverá entre los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva el impulso de códigos de conducta en relación con la comunicación comercial audiovisual inadecuada, que acompañe a los programas infantiles o se incluya en ellos, de alimentos y bebidas que contengan nutrientes y sustancias con un efecto nutricional o fisiológico, en particular aquellos tales como grasas, ácidos transgrasos, sal o sodio y azúcares, para los que no es recomendable una ingesta excesiva en la dieta total.

5. Cuando se realice el servicio de comunicación audiovisual mediante un catálogo de programas, los prestadores deberán elaborar catálogos separados para aquellos contenidos que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores. A estos efectos los prestadores establecerán dispositivos, programas o mecanismos eficaces, actualizables y fáciles de utilizar que permitan el control parental a través del bloqueo a los contenidos perjudiciales para los menores, de forma que estos no puedan acceder a los contenidos que no estén dirigidos a ellos.

6. Todos los productos audiovisuales distribuidos a través de servicios de comunicación audiovisual televisiva deben disponer de una calificación por edades, de acuerdo con las instrucciones sobre su gradación que dicte el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales.

La gradación de la calificación debe ser la homologada por el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia.

Corresponde a la autoridad audiovisual competente, la vigilancia, control y sanción de la adecuada calificación de los programas por parte de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva.

Artículo 8. *Los derechos de las personas con discapacidad.*

1. Las personas con discapacidad visual o auditiva tienen el derecho a una accesibilidad universal a la comunicación audiovisual, de acuerdo con las posibilidades tecnológicas.

2. Las personas con discapacidad auditiva tienen el derecho a que la comunicación audiovisual televisiva, en abierto y cobertura estatal o autonómica, subtittle el 75% de los programas y cuente al menos con dos horas a la semana de interpretación con lengua de signos.

3. Las personas con discapacidad visual tienen el derecho a que la comunicación audiovisual televisiva, en abierto y cobertura estatal o autonómica, cuente al menos con dos horas audiodescritas a la semana.

4. Los poderes públicos y los prestadores fomentarán el disfrute pleno de la comunicación audiovisual para las personas con discapacidad y el uso de buenas prácticas que evite cualquier discriminación o repercusión negativa hacia dichas personas.

Con objeto de garantizar la calidad del servicio y la satisfacción de las personas destinatarias, los prestadores del servicio de comunicación audiovisual deberán atenerse, en la aplicación de las medidas de accesibilidad, a las normas técnicas vigentes en cada momento en relación con la subtitulación, la emisión en lengua de signos y la audio-descripción. Los prestadores de servicios de comunicación audiovisual podrán emplear, excepto la Corporación RTVE, el patrocinio para sufragar las medidas de accesibilidad.

5. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual procurarán ofrecer en sus emisiones una imagen ajustada, normalizada, respetuosa e inclusiva de las personas con discapacidad, en tanto que manifestación enriquecedora de la diversidad humana, evitando difundir percepciones estereotipadas, sesgadas o producto de los prejuicios sociales que pudieran subsistir. De igual modo, procurarán que su aparición en la programación sea proporcional al peso y a la participación de estas personas en el conjunto de la sociedad.

Artículo 9. *El derecho a la participación en el control de los contenidos audiovisuales.*

1. Cualquier persona física o jurídica puede solicitar a la autoridad audiovisual competente el control de la adecuación de los contenidos audiovisuales con el ordenamiento vigente o los códigos de autorregulación.

La autoridad, si lo considera oportuno, dictará recomendaciones para un mejor cumplimiento de la normativa vigente.

2. Cuando la autoridad audiovisual competente aprecie que se ha emitido un contenido aparentemente ilícito dará audiencia al prestador del servicio implicado y, en su caso, a la persona que solicitó la intervención de la autoridad.

La autoridad audiovisual competente podrá alcanzar acuerdos con el prestador de servicios para modificar el contenido audiovisual o, en su caso, poner fin a la emisión del contenido ilícito. El efectivo cumplimiento del acuerdo por parte del prestador pondrá fin a los procedimientos sancionadores que se hubiesen iniciado en relación con el contenido audiovisual objeto del acuerdo cuando se tratare de hechos que pudieran ser constitutivos de infracción leve. La reincidencia por un comportamiento análogo en un plazo de noventa días tendrá la consideración de infracción grave.

3. Cuando el contenido audiovisual contradiga un código de autorregulación suscrito por el prestador, la autoridad requerirá a éste la adecuación inmediata del contenido a las disposiciones del código o la finalización de su emisión.

4. La autoridad audiovisual competente deberá llevar a cabo actuaciones destinadas a articular la relación de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual con las víctimas de acontecimientos especialmente graves.

5. Las previsiones contenidas en el presente artículo se entienden sin perjuicio de las especificidades que se derivan de la normativa en materia de procedimiento sancionador dictada por las Comunidades Autónomas.

CAPÍTULO II

Los derechos de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual

Sección 1.ª Libertad en la dirección editorial, el derecho de acceso y el derecho a la autorregulación

Artículo 10. *La libertad de prestación del servicio de comunicación audiovisual.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a fijar la dirección editorial mediante la selección de los contenidos y la determinación de los horarios.

2. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a organizar sus contenidos a través de un canal o de un catálogo de programas.

3. La libertad de prestación del servicio de comunicación audiovisual se ejercerá de acuerdo a las obligaciones que como servicio de interés general son inherentes a la comunicación audiovisual y a lo previsto en la normativa en materia audiovisual.

4. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual facilitarán el acceso a la documentación, instalaciones y equipos a las autoridades competentes para el cumplimiento de la normativa vigente.

Artículo 11. *El derecho de acceso a los servicios de comunicación electrónica.*

Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho de acceder a los servicios de comunicación electrónica para la emisión de canales y catálogos de programas con las limitaciones derivadas de las capacidades técnicas y de acuerdo asimismo con lo establecido en la normativa sectorial de telecomunicaciones y servicios de comunicaciones electrónicas. Los términos y condiciones de tal acceso serán libremente pactados por las partes.

Artículo 12. *El derecho a la autorregulación del prestador del servicio de comunicación audiovisual.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a aprobar códigos en los que se regulen los contenidos de la comunicación audiovisual y las reglas de diligencia profesional para su elaboración.

Dichos códigos deberán prever mecanismos de resolución de reclamaciones pudiendo dotarse de instrumentos de autocontrol previo, individual o colectivo.

2. Cuando un prestador apruebe un código por sí solo, o bien en colaboración con otros prestadores, o se adhiera a un código ya existente, deberá comunicarlo tanto a las autoridades audiovisuales competentes como al organismo de representación y consulta de los consumidores que correspondan en función del ámbito territorial de que se trate. Para los prestadores de ámbito estatal, dicho órgano es el Consejo de Consumidores y Usuarios. La autoridad audiovisual verificará la conformidad con la normativa vigente y de no haber contradicciones dispondrá su publicación.

3. Las autoridades audiovisuales deben velar por el cumplimiento de los códigos y, entre éstos, del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia.

4. Los códigos de autorregulación deberán respetar la normativa sobre defensa de la competencia. Las funciones de la autoridad audiovisual a los efectos del apartado 2 del presente artículo se entienden sin perjuicio de las facultades de revisión de las autoridades de defensa de la competencia a este respecto.

Sección 2.ª El derecho a realizar comunicaciones comerciales

Artículo 13. *El derecho a crear canales de comunicación comercial y programas o anuncios de autopromoción.*

1. Los prestadores privados del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a crear canales dedicados exclusivamente a emitir mensajes publicitarios y mensajes de venta por televisión. Los mensajes de los citados programas están sometidos al régimen general dispuesto en esta sección, excepto en lo relativo a las limitaciones de tiempo para los mensajes publicitarios a que se refiere el artículo 14, y en la normativa específica sobre publicidad.

La publicidad televisiva y la televenta deberán ser fácilmente identificables como tales y distinguirse del contenido editorial.

2. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a emitir programas que informen sobre su programación o anuncios de sus propios programas y los productos accesorios derivados directamente de dichos programas.

Estos programas y anuncios no se considerarán comunicación comercial a los efectos de esta Ley. No obstante, para la comunicación audiovisual televisiva, el tiempo dedicado a los anuncios publicitarios sobre sus propios programas y productos no podrá superar los 5 minutos por hora de reloj y sus contenidos estarán sujetos a las obligaciones y prohibiciones establecidas con carácter general para la publicidad comercial.

Artículo 14. *El derecho a emitir mensajes publicitarios.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, ya sean servicios radiofónicos, televisivos o conexos e interactivos, tienen el derecho a emitir mensajes publicitarios.

Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva pueden ejercer este derecho mediante la emisión de 12 minutos de mensajes publicitarios por hora de reloj. Los servicios radiofónicos, conexos e interactivos, tienen el derecho a emitir mensajes publicitarios libremente.

Para el cómputo de esos 12 minutos se tendrá sólo en cuenta el conjunto de los mensajes publicitarios y la televenta, excluyéndose el patrocinio y el emplazamiento. También se excluirá del cómputo la telepromoción cuando el mensaje individual de la telepromoción tenga una duración claramente superior a la de un mensaje publicitario y el conjunto de telepromociones no supere los 36 minutos al día, ni los 3 minutos por hora de reloj.

2. Tanto los mensajes publicitarios en televisión como la televenta deben estar claramente diferenciados de los programas mediante mecanismos acústicos y ópticos según los criterios generales establecidos por la autoridad audiovisual competente. El nivel sonoro de los mensajes publicitarios no puede ser superior al nivel medio del programa anterior.

3. En la emisión de publireportajes, telepromociones y, en general, de aquellas formas de publicidad distintas de los anuncios televisivos que, por las características de su emisión, podrían confundir al espectador sobre su carácter publicitario, deberá superponerse, permanentemente y de forma claramente legible, una transparencia con la indicación «publicidad».

4. Los mensajes publicitarios en televisión deben respetar la integridad del programa en el que se inserta y de las unidades que lo conforman.

La transmisión de películas para la televisión (con exclusión de las series, los seriales y los documentales), largometrajes y programas informativos televisivos podrá ser interrumpida una vez por cada periodo previsto de treinta minutos. En el caso de los programas infantiles, la interrupción es posible una vez por cada periodo ininterrumpido previsto de treinta minutos, si el programa dura más de treinta minutos.

Las retransmisiones de acontecimientos deportivos por televisión únicamente podrán ser interrumpidas por mensajes de publicidad aislados cuando el acontecimiento se encuentre detenido. En dichas retransmisiones, dispongan o no de partes autónomas, se podrán insertar mensajes publicitarios siempre que permitan seguir el desarrollo del acontecimiento.

No se insertará publicidad televisiva ni televenta durante los servicios religiosos.

Artículo 15. *El derecho a emitir mensajes de venta.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a emitir mensajes de venta por televisión. La emisión televisiva de estos mensajes deberá realizarse en los términos previstos en el artículo anterior y en la normativa específica sobre publicidad.

2. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a emitir programas de televenta siempre que tengan una duración ininterrumpida mínima de 15 minutos.

Artículo 16. *El derecho al patrocinio.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a que sus programas sean patrocinados, excepto los programas de contenido informativo de actualidad.

2. El público debe ser claramente informado del patrocinio al principio, al inicio de cada reanudación tras los cortes que se produzcan o al final del programa mediante el nombre, el logotipo, o cualquier otro símbolo, producto o servicio del patrocinador.

3. El patrocinio no puede condicionar la independencia editorial. Tampoco puede incitar directamente la compra o arrendamiento de bienes o servicios, en particular, mediante referencias de promoción concretas a éstos.

Además, el patrocinio no puede afectar al contenido del programa o comunicación audiovisual patrocinados ni a su horario de emisión de manera que se vea afectada la responsabilidad del prestador del servicio de comunicación audiovisual.

Artículo 17. *El derecho al emplazamiento de productos.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a emitir con emplazamiento de productos largometrajes, cortometrajes, documentales, películas y series de televisión, programas deportivos y programas de entretenimiento.

En el resto de programas únicamente se podrá realizar el emplazamiento de productos a cambio del suministro gratuito de bienes o servicios, así como las ayudas materiales a la producción o los premios, con miras a su inclusión en un programa.

2. Cuando el programa haya sido producido o encargado por el prestador del servicio o una de sus filiales, el público debe ser claramente informado del emplazamiento del producto al principio y al final del programa, y cuando se reanude tras una pausa publicitaria.

3. El emplazamiento no puede condicionar la independencia editorial. Tampoco puede incitar directamente la compra o arrendamientos de bienes o servicios, realizar promociones concretas de éstos o dar prominencia indebida al producto.

4. Queda prohibido el emplazamiento de producto en la programación infantil.

Artículo 18. *Comunicaciones comerciales prohibidas en cualquiera de sus formas.*

1. Además de lo dispuesto en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, en relación con la publicidad ilícita, está prohibida toda comunicación comercial que vulnere la dignidad humana o fomente la discriminación por razón de sexo, raza u origen étnico, nacionalidad, religión o creencia, discapacidad, edad u orientación sexual. Igualmente está prohibida toda publicidad que utilice la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio.

2. Está prohibida la comunicación comercial encubierta y la que utilice técnicas subliminales.

3. Está prohibida la comunicación comercial que fomente comportamientos nocivos para la salud.

En todo caso está prohibida:

a) La comunicación comercial de cigarrillos y demás productos de tabaco, así como de las empresas que los producen.

b) La comunicación comercial de medicamentos y productos sanitarios que contravenga lo dispuesto en el artículo 78, apartados 1 y 5, de la Ley 29/2006, de 26 de julio, de Garantías y Uso Racional de los Medicamentos y Productos Sanitarios.

c) La comunicación comercial televisiva de bebidas alcohólicas con un nivel superior de veinte grados.

d) La comunicación comercial televisiva de bebidas alcohólicas con un nivel inferior a veinte grados cuando se emita fuera de la franja de tiempo entre las 20,30 horas y las 6 horas del día siguiente, salvo que esta publicidad forme parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir.

e) La comunicación comercial de bebidas alcohólicas con un nivel inferior a veinte grados cuando esté dirigida a menores, fomente el consumo inmoderado o asocie el consumo a la mejora del rendimiento físico, el éxito social o la salud.

4. Está prohibida la comunicación comercial que fomente comportamientos nocivos para el medio ambiente.

5. Está prohibida la comunicación comercial que fomente comportamientos nocivos para la seguridad de las personas.

6. Está prohibida la comunicación comercial televisiva de naturaleza política, salvo en los supuestos previstos por la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General.

7. La comunicación comercial audiovisual también está sometida a las prohibiciones previstas en el resto de normativa relativa a la publicidad.

Sección 3.^a La contratación en exclusiva de la emisión de contenidos audiovisuales

Artículo 19. *El derecho a contratar la emisión en exclusiva de contenidos audiovisuales.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual tienen el derecho a contratar contenidos audiovisuales para su emisión en abierto o codificado, reservándose la decisión sobre el horario de emisión, sin perjuicio de lo establecido en la normativa reguladora de las competiciones deportivas de carácter profesional.

2. El derecho de emisión en exclusiva no se ejercerá de tal modo que prive a una parte sustancial del público residente en otro Estado miembro de la posibilidad de seguir acontecimientos calificados de interés general para la sociedad.

3. El derecho de emisión en exclusiva no puede limitar el derecho a la información de los ciudadanos. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual que hayan contratado en exclusiva la emisión de un acontecimiento de interés general para la sociedad deben permitir a los restantes prestadores la emisión de un breve resumen informativo en condiciones razonables, objetivas y no discriminatorias. Este servicio se utilizará únicamente para programas de información general y sólo podrá utilizarse en los servicios de

comunicación audiovisual a petición si el mismo prestador del servicio de comunicación ofrece el mismo programa en diferido.

No será exigible contraprestación alguna cuando el resumen informativo sobre un acontecimiento, conjunto unitario de acontecimientos o competición deportiva se emita en un informativo, en diferido y con una duración inferior a tres minutos. La excepción de contraprestación no incluye, sin embargo, los gastos necesarios para facilitar la elaboración del resumen informativo.

Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual pueden acceder, en la zona autorizada, a los espacios en los que se celebre tal acontecimiento.

4. Los prestadores de servicios de comunicación audiovisual radiofónica dispondrán de libre acceso a los estadios y recintos para retransmitir en directo los acontecimientos deportivos que tengan lugar en los mismos, a cambio de una compensación económica equivalente a los costes generados por el ejercicio de tal derecho.

La cuantía de la compensación económica será fijada mediante acuerdo de las partes. En caso de discrepancia sobre dicha cuantía, corresponderá a la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones resolver el conflicto mediante resolución vinculante, a solicitud de alguna de las partes y previa audiencia de las mismas.

5. En el supuesto de que el organizador del evento no esté establecido en España, la obligación de acceso recaerá sobre el titular de los derechos exclusivos que asuma la retransmisión en directo.

Artículo 20. *La potestad para excluir la emisión codificada de acontecimientos de interés general para la sociedad.*

1. El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales debe fijar mediante decisión motivada un catálogo con vigencia bienal donde se recojan los acontecimientos de interés general para la sociedad que han de emitirse por televisión en abierto y con cobertura estatal.

Al hacerlo, se determinará también si los acontecimientos deben ser transmitidos total o parcialmente en directo, o en caso necesario, por razones de interés público, total o parcialmente en diferido.

Los acontecimientos de interés general para la sociedad que pueden incluirse en el citado catálogo habrán de escogerse del siguiente elenco:

- a) Los juegos olímpicos de invierno y de verano.
- b) Los partidos oficiales de la selección española absoluta de fútbol y de baloncesto.
- c) Las semifinales y la final de la Eurocopa de fútbol y del Mundial de fútbol.
- d) La final de la Champions League de fútbol y de la Copa del Rey de fútbol.
- e) Un partido por jornada de la Liga Profesional de Fútbol de la Primera División, designado por ésta con una antelación mínima de 10 días.
- f) Grandes Premios de automovilismo que se celebren en España.
- g) Grandes Premios de motociclismo que se celebren en España.
- h) Participación de la Selección Española Absoluta en los Campeonatos de Europa y del Mundo de balonmano.
- i) La Vuelta Ciclista a España.
- j) El Campeonato del Mundo de ciclismo.
- k) La participación española en la Copa Davis de tenis.
- l) La participación de tenistas españoles en las semifinales y la final de Roland Garros.
- m) Participación española en los Campeonatos del Mundo y Europa de atletismo y natación.
- n) Grandes premios o competiciones nacionales e internacionales que se celebren en España y cuenten con subvención pública estatal o autonómica.

Excepcionalmente y por mayoría de dos tercios, el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales podrá incluir dentro del catálogo otros acontecimientos que considere de interés general para la sociedad.

El catálogo y las medidas para su ejecución han de ser notificados por el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales a la Comisión Europea.

2. Cuando uno de esos acontecimientos esté contratado para su emisión en exclusiva por un prestador del servicio de comunicación audiovisual que emite toda su programación

codificada, podrá elegir entre emitir en directo y en abierto el acontecimiento o venderlo a otro prestador para su emisión en abierto y al precio fijado mediante subasta entre los prestadores interesados. En caso de que no reciba ninguna oferta, el prestador titular de los derechos de emisión en exclusiva está obligado a emitir el acontecimiento en abierto, sea en directo o en diferido.

3. Cuando uno de esos acontecimientos esté contratado para su emisión en exclusiva por un prestador del servicio de comunicación audiovisual que emite en abierto en un ámbito de cobertura inferior al estatal, conservará el derecho de emisión en exclusiva para su ámbito de cobertura. No obstante, habrá de vender a un prestador de cobertura estatal o a una serie de prestadores que cubran todo el territorio, la emisión en abierto y directo para el resto del territorio estatal, a un precio fijado mediante subasta entre los interesados. En caso de que no existan ofertas conservará su derecho a emitir en exclusiva en su ámbito de cobertura.

4. Cuando uno de esos acontecimientos no esté contratado para su comunicación audiovisual televisiva, el titular de los derechos habrá de vender el derecho de emisión en abierto y directo con cobertura estatal a un precio fijado mediante subasta entre los interesados.

Artículo 21. *Compraventa de derechos exclusivos de las competiciones futbolísticas españolas regulares.*

1. El establecimiento del sistema de adquisición y explotación de los derechos audiovisuales de las competiciones futbolísticas españolas regulares se regirá por el principio de libertad de empresa dentro del marco del sistema de evaluación establecido por la normativa europea y española de la competencia.

Los contratos de adquisición de los derechos de las competiciones futbolísticas no podrán exceder de 4 años. Los contratos vigentes desde la entrada en vigor de la presente Ley, permanecerán válidos hasta su finalización.

2. La venta a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual de los derechos citados en el apartado anterior deberá realizarse en condiciones de transparencia, objetividad, no discriminación y respeto a las reglas de la competencia, en los términos establecidos por los distintos pronunciamientos que, en cada momento, realicen las autoridades españolas y europeas de la competencia.

TÍTULO III

Normas básicas para la regulación y coordinación del Mercado de Comunicación Audiovisual

CAPÍTULO I

Régimen jurídico básico de la prestación de servicios de comunicación audiovisual en un mercado transparente y plural

Sección 1.^a Los servicios de comunicación audiovisual como servicios de interés general

Artículo 22. *Régimen jurídico de los servicios de comunicación audiovisual de interés general.*

1. Los servicios de comunicación audiovisual radiofónicos, televisivos y conexos e interactivos son servicios de interés general que se prestan en el ejercicio del derecho a la libre expresión de ideas, del derecho a comunicar y recibir información, del derecho a la participación en la vida política y social y del derecho a la libertad de empresa y dentro del fomento de la igualdad, la pluralidad y los valores democráticos.

2. La prestación del servicio requiere comunicación fehaciente ante la autoridad audiovisual competente y previa al inicio de la actividad.

3. Cuando dichos servicios se presten mediante ondas hertzianas terrestres necesitarán licencia previa otorgada mediante concurso por la autoridad audiovisual competente.

En el ámbito de cobertura estatal la competencia para el otorgamiento de las licencias, incluidas las de radiodifusión digital terrenal y onda media corresponde al Gobierno, sin perjuicio de la participación de las Comunidades Autónomas. A tal efecto, el Gobierno establecerá, de acuerdo con las Comunidades Autónomas, los mecanismos de colaboración y cooperación que aseguren la participación de las Comunidades Autónomas en la planificación de licencias audiovisuales en el ámbito estatal.

Para la prestación del servicio de comunicación televisiva las licencias de ámbito local podrán dar cobertura a uno o a varios municipios limítrofes y, en su caso, a un ámbito insular completo.

El otorgamiento de una licencia de televisión de ámbito local no faculta para la emisión en cadena con otras entidades autorizadas, durante más del 25% del tiempo total semanal, aunque sea en horario diferente. En ningún caso este porcentaje puede concentrarse en el horario de 21 a 24 horas.

No se considerará emisión en cadena la emisión de programas que hayan sido co-producidos o producidos de forma sindicada por los prestadores del servicio de comunicación televisiva de ámbito local. El porcentaje de sindicación mínima para la aplicación de este supuesto será del 12% del total del proyecto.

4. El derecho de emisión en cadena previsto en este artículo se entiende sin perjuicio de la plena competencia de las Comunidades Autónomas con relación a los prestadores que hayan obtenido licencias en sus respectivos ámbitos territoriales.

5. Se reconoce el derecho de los prestadores del servicio de comunicación radiofónica a emitir parte de su programación en cadena, cuando un mismo prestador haya obtenido licencias en diversos ámbitos territoriales o haya alcanzado acuerdos con otros titulares de licencias en una o varias Comunidades Autónomas, sin perjuicio de las obligaciones legales o concesionales a que puedan estar sujetos en las diversas Comunidades Autónomas.

Artículo 23. *La comunicación previa.*

1. El procedimiento regulador de comunicación previa será el que fije el Gobierno y las Comunidades Autónomas en el marco de su respectivo ámbito competencial.

2. La comunicación previa no producirá ningún efecto en los siguientes casos:

a) Cuando sea realizada por quien, habiendo efectuado ya una comunicación previa, u obtenido una licencia previa para cualquier ámbito de cobertura, haya sido sancionado con la privación de sus efectos o con su revocación en los dos años anteriores mediante resolución administrativa firme.

b) Cuando sea efectuada por aquellos que habiendo prestado servicios audiovisuales en otro Estado miembro del Espacio Económico Europeo hayan visto prohibidas sus actividades durante los dos últimos años por atentar contra los principios y valores del Convenio Europeo de Derechos Humanos o lo dispuesto en la normativa europea en materia de protección de menores.

3. Cuando el servicio audiovisual prestado sea de pago, el sistema de codificación deberá estar homologado por la Autoridad Audiovisual.

Artículo 24. *Régimen jurídico de las licencias audiovisuales.*

1. La licencia deberá concretar el ámbito de cobertura territorial de la emisión, el número de canales, el múltiplex asignado y si éste será en abierto o en acceso condicional mediante pago.

Los sistemas y servicios de acceso condicional empleados para acceder al servicio de televisión digital terrestre en la modalidad de pago mediante acceso condicional deberán ser abiertos, siendo de aplicación lo establecido en el artículo 24 del Reglamento sobre mercados de comunicaciones electrónicas, acceso a las redes y numeración, aprobado por el Real Decreto 2296/2004, de 10 de diciembre.

2. La adjudicación de licencia lleva aparejada la concesión de uso privativo del dominio público radioeléctrico de conformidad con la planificación establecida por el Estado. Las mejoras tecnológicas que permitan un mayor aprovechamiento del dominio público para la comunicación audiovisual, no habilitarán para rebasar las condiciones establecidas en la

licencia, y en particular para disfrutar de un mayor número de canales de pago o en abierto cuya emisión se hubiera habilitado.

3. Será posible explotar canales con contenidos total o parcialmente de pago siempre que la ocupación de espectro radioeléctrico sea inferior o igual al 50% del conjunto del espectro asignado. En todo caso, el sistema de codificación deberá estar homologado por la Autoridad Audiovisual. Dicho sistema de homologación deberá ser reglado, claro, inequívoco, imparcial, transparente y proporcionado.

4. Si al amparo del artículo 22 de esta Ley uno o más titulares de licencias para la prestación de un servicio de comunicación audiovisual radiofónica de ámbito estatal decidieran emitir en cadena deberán comunicarlo a la Autoridad Audiovisual e inscribir dicha decisión en el Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual sin perjuicio de lo establecido en el artículo 22.3.

Artículo 25. *Requisitos para ser titular de una licencia de comunicación audiovisual.*

Para ser titular de una licencia será necesario cumplir los siguientes requisitos:

1. En el caso de personas físicas, tener la nacionalidad de un Estado miembro del Espacio Económico Europeo o la de cualquier Estado que, de acuerdo con su normativa interna, reconozca este derecho a los ciudadanos españoles.

2. En el caso de personas jurídicas, tener establecido su domicilio social en un Estado miembro del Espacio Económico Europeo o en cualquier Estado que, de acuerdo con su normativa interna, reconozca este derecho a las empresas españolas.

3. El titular debe tener un representante domiciliado en España a efectos de notificaciones.

4. En el caso de personas jurídicas, la participación en su capital social de personas físicas o jurídicas nacionales de países que no sean miembros del Espacio Económico Europeo deberá cumplir el principio de reciprocidad.

Además, la participación individual de una persona física o jurídica nacional de países que no sean miembros del Espacio Económico Europeo no podrá superar directa o indirectamente el 25% del capital social. Asimismo, el total de las participaciones en una misma persona jurídica de diversas personas físicas o jurídicas de nacionales de países que no sean miembros del Espacio Económico Europeo deberá ser inferior al 50% del capital social.

Artículo 26. *Limitaciones por razones de orden público audiovisual.*

1. En ningún caso podrán ser titulares de una licencia las personas físicas o jurídicas que se encuentren en alguna de las circunstancias siguientes:

a) Aquellas que, habiendo sido titulares de una licencia o efectuado una comunicación previa para cualquier ámbito de cobertura, hayan sido sancionadas con su revocación o con la privación de sus efectos en los dos últimos años anteriores a la solicitud mediante resolución administrativa firme.

b) Aquellas sociedades en cuyo capital social tengan una participación significativa o, en su caso, de control, directo o indirecto, personas que se encuentren en la situación anterior.

c) Aquellas que habiendo prestado servicios audiovisuales en otro Estado miembro del Espacio Económico Europeo hayan visto prohibidas sus actividades durante los dos últimos años por atentar contra los principios y valores del Convenio Europeo de Derechos Humanos o lo dispuesto en materia de protección de menores en la normativa europea y española.

d) Aquellas personas incursas en alguna de las prohibiciones para contratar previstas en el artículo 49 de la Ley 30/2007, de 30 de octubre, de Contratos del Sector Público.

2. No producirá ningún efecto la comunicación previa para la prestación de un servicio de comunicación audiovisual que haya sido presentada por una persona física o jurídica que se encuentre en alguna de las circunstancias expresadas en el apartado 1.

Artículo 27. *Concursos para la concesión de licencias de prestación de servicios audiovisuales.*

1. Los concursos de otorgamiento de licencias para la prestación de servicios audiovisuales se regirán por la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas, en lo no dispuesto por la presente Ley así como, en sus respectivos ámbitos de competencias, por lo previsto en la legislación autonómica de desarrollo.

2. Todas las licencias disponibles de la misma naturaleza e idéntico ámbito de cobertura deberán ofrecerse de forma simultánea, y previa confirmación de existencia de espacio radioeléctrico suficiente. No obstante, en el marco de lo dispuesto, en su caso, por el Plan Técnico Nacional de oferta de licencias, a desarrollar reglamentariamente, cuando haya quedado liberada una única licencia, la Administración competente deberá proceder a convocar el concurso para su adjudicación en un plazo máximo de tres meses sin esperar a que queden liberados más títulos habilitantes.

3. En la convocatoria del concurso se especificarán para cada licencia las condiciones de prestación del servicio. El acto de otorgamiento de la licencia precisará con toda exactitud las condiciones que tienen el carácter de esenciales.

4. Transcurridos como máximo seis meses desde que se haya planificado una reserva de dominio público radioeléctrico sin que la Administración competente haya solicitado su afectación al servicio público de difusión de radio y televisión, o determinado su destinación al servicio de comunicación de interés general, cualquier interesado podrá proponer convocar el correspondiente concurso.

Transcurridos doce meses desde que se haya planificado una reserva de dominio público radioeléctrico sin que la Administración competente haya solicitado su afectación al servicio público de difusión de radio y televisión, o convocado el correspondiente concurso, y sin que ningún interesado haya instado dicha convocatoria, dicha reserva decaerá y se excluirá automáticamente de la planificación radioeléctrica.

5. El órgano competente deberá convocar, en un plazo máximo de tres meses después del vencimiento de la licencia, el correspondiente concurso para la adjudicación de las licencias de idéntica naturaleza que, en su caso, hayan quedado vacantes. Transcurrido dicho plazo, cualquier interesado estará legitimado para instar la convocatoria, que deberá producirse antes del plazo que establezca la normativa de aplicación desde la presentación de la solicitud.

Artículo 28. *Duración y renovación de las licencias audiovisuales.*

1. Las licencias audiovisuales serán otorgadas por un plazo de quince años.

2. Las sucesivas renovaciones de las licencias serán automáticas, y por el mismo plazo estipulado inicialmente para su disfrute, siempre que:

a) Se satisfagan las mismas condiciones exigidas que para ser titular de ella y se hayan cumplido las establecidas para la prestación del servicio.

b) No existan obstáculos técnicos sobrevenidos e insalvables en relación con el espectro de las licencias afectadas.

c) El titular del servicio se encuentre al corriente en el pago de las tasas por la reserva del dominio público radioeléctrico, y de las previstas en esta Ley.

3. Excepcionalmente la renovación automática de la licencia prevista en el apartado anterior no tendrá lugar y deberá procederse a su adjudicación en régimen de libre concurrencia en el caso de que concurran los siguientes requisitos:

a) Que el espectro radioeléctrico esté agotado.

b) Que exista un tercero o terceros que pretendan la concesión de la licencia.

c) Que lo hayan solicitado con un plazo de antelación de al menos 24 meses respecto de la fecha de vencimiento.

d) Que el solicitante o los solicitantes cumplan los mismos requisitos que fueron tenidos en cuenta para la obtención de la licencia por parte del adjudicatario o adjudicatarios.

El concurso para la adjudicación de la licencia en régimen de concurrencia deberá ser resuelto en el plazo máximo de seis meses, y en las bases de la convocatoria se deberá

incluir la experiencia de los concurrentes, su solvencia y los medios con que cuenten para la explotación de la licencia, como criterios que habrán de ser tenidos en cuenta en la adjudicación.

Artículo 29. *Negocios jurídicos sobre licencias de comunicación audiovisual.*

1. La celebración de negocios jurídicos cuyo objeto sea una licencia de comunicación audiovisual requerirá autorización previa de la autoridad audiovisual competente y estarán sujetos, en todo caso, al pago de una tasa que será determinada por el Gobierno, para las licencias de ámbito estatal, o por las Comunidades Autónomas, para el resto de los supuestos. Esta autorización sólo podrá ser denegada cuando el solicitante no acredite el cumplimiento de todas las condiciones legalmente establecidas para su obtención o no se subroge en las obligaciones del anterior titular.

2. La transmisión y arrendamiento estarán sujetos, además, a las siguientes condiciones:

a) Para la celebración de ambos negocios jurídicos deberán haber transcurrido al menos dos años desde la adjudicación inicial de la licencia.

b) Cuando se lleven a cabo con personas físicas o jurídicas nacionales de países que no sean miembros del Espacio Económico Europeo estarán sometidos al principio de reciprocidad y devengarán el pago de la tasa establecida legalmente. En atención a lo dispuesto en los Tratados y Convenios Internacionales de los que España sea parte, y previo informe de la autoridad audiovisual competente, el Consejo de Ministros o el órgano competente de la Comunidad Autónoma podrán autorizar excepcionalmente y por razones de interés general una operación cuando dicho principio no sea satisfecho.

c) Cuando la licencia comporte la adjudicación de un múltiplex completo o de dos o más canales, no se podrá arrendar más del 50 por 100 de la capacidad de la licencia. El arrendamiento deberá respetar las previsiones del artículo 24.3 referidas a la ocupación del espectro radioeléctrico del múltiplex y a la explotación de canales con contenidos total o parcialmente de pago.

En todos los casos, sólo se autorizará el arrendamiento de canales si el arrendatario acredita previamente el cumplimiento de todas las condiciones legalmente establecidas para la obtención de la licencia.

d) En todo caso, está prohibido el subarriendo.

e) Al cumplimiento de la oferta mediante la cual se obtuvo la adjudicación de la licencia.

Artículo 30. *Extinción de las licencias audiovisuales.*

1. La licencia se extinguirá por el transcurso del plazo para el que fue otorgada sin que se produzca su renovación, por extinción de la personalidad jurídica de su titular salvo en los supuestos de fusiones o concentraciones empresariales, muerte o incapacidad sobrevenida del titular, por su revocación, por renuncia de su titular y por no haber pagado las tasas que gravan la prestación del servicio de comunicación audiovisual.

2. Sin perjuicio de lo previsto en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, respecto de la revisión de oficio de actos administrativos, la licencia podrá ser revocada por no haber sido utilizada en un plazo de 12 meses desde que hubiera obligación legal de comenzar las emisiones, haberlo hecho con fines y modalidades distintos para los que fue otorgada, o por sanción administrativa firme de acuerdo con lo previsto en esta Ley.

3. Cuando las sociedades incurran en el supuesto previsto en el artículo 26.1.b) de la presente Ley, no procederá la renovación de la licencia con motivo de la adquisición por un tercero de una participación significativa o, en su caso, de control, si dicha adquisición se ha realizado con intención de perjudicar a la sociedad concesionaria haciendo revocable su licencia.

Se presumirá en todo caso la intención perjudicial cuando la decisión de adquirir la participación no haya sido comunicada de forma inmediata y fehaciente al órgano de administración de la sociedad, del que no podrá formar parte el adquirente, por sí o por representante.

Una vez conocida la adquisición, la sociedad podrá ejercer, en el plazo de tres meses, derecho de retracto sobre la participación adquirida por el mismo precio en que lo hubiera sido. Adquirida la participación, la sociedad dispondrá de un año para enajenarla o, en caso contrario, amortizarla reduciendo el capital social.

Artículo 31. *Explotación de redes de comunicación electrónica y servicios de comunicación audiovisual.*

1. Los prestadores del servicio de comunicaciones electrónicas garantizarán el derecho de acceso a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual y productores independientes de acuerdo con lo establecido en la legislación sobre telecomunicaciones y las capacidades técnicas de su red.

2. Igualmente, los prestadores del servicio de comunicaciones electrónicas garantizarán la posibilidad técnica de transmitir imagen y sonido en condiciones que permitan una interactividad efectiva.

3. Por su parte, y con el objeto de garantizar el mantenimiento del pluralismo informativo y audiovisual, la Corporación de Radio y Televisión Española garantizará la cesión de sus canales de radio y televisión a los prestadores de los servicios de difusión de televisión por cable, por satélite y por protocolo de Internet (IPTV), sin contraprestación económica entre las partes.

Asimismo, los licenciarios de los servicios de comunicación audiovisual de ámbito estatal facilitarán la cesión de sus canales principales de televisión en abierto, previa negociación para fijar la contraprestación económica acordada entre las partes.

4. Los prestadores del servicio de comunicación electrónica podrán serlo también de comunicaciones audiovisuales, estando sometidos a la presente Ley en cuanto prestadores de este servicio.

Artículo 32. *Servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro.*

1. Las entidades privadas que tengan la consideración legal de entidades sin ánimo de lucro podrán prestar servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro para atender las necesidades sociales, culturales y de comunicación específicas de comunidades y grupos sociales, así como para fomentar la participación ciudadana y la vertebración del tejido asociativo. En todo caso, dichos contenidos se emitirán en abierto y sin ningún tipo de comunicación audiovisual comercial.

2. La Administración General del Estado debe garantizar en todo caso la disponibilidad del dominio público radioeléctrico necesario para la prestación de estos servicios.

3. La prestación de este tipo de servicios requiere licencia previa. En dicho título se establecerán las condiciones que aseguren su naturaleza sin ánimo de lucro, pudiendo establecerse el uso compartido de un mismo canal así como las condiciones de dicho uso.

4. La adjudicación de la licencia lleva aparejada la concesión de uso privativo del dominio público radioeléctrico disponible para la prestación del servicio. La Administración General del Estado habilitará el dominio público radioeléctrico necesario para la prestación de estos servicios.

5. La licencia en ningún caso podrá perder su carácter original de servicio de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro y no podrá ser objeto de transmisión ni arrendamiento.

6. Las entidades prestadoras de estos servicios deberán justificar la procedencia de sus fondos, así como el desglose de gastos e ingresos, si los hubiere. La autoridad audiovisual establecerá un sistema de evaluación de gestión financiera y un registro específico para el depósito de su memoria económica. Salvo autorización expresa de la autoridad audiovisual sus gastos de explotación anuales no podrán ser superiores a 100.000 euros en el caso de los servicios de comunicación audiovisual televisiva y de 50.000 euros en el caso de los servicios de comunicación audiovisual radiofónica.

7. Las entidades titulares de los servicios de comunicación audiovisual sin ánimo de lucro deberán acreditar el pago de cuantos derechos, cánones o tasas, se deriven de su actividad.

Artículo 33. *Registros de prestadores del servicio de comunicación audiovisual.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual habrán de inscribirse en un Registro estatal o autonómico de carácter público, en atención al correspondiente ámbito de cobertura de la emisión.

2. En dicho Registro deberán igualmente inscribirse los titulares de participaciones significativas en los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, indicando el porcentaje de capital que ostenten.

A los efectos de lo dispuesto en la presente Ley se entiende por participación significativa la que represente, directa o indirectamente:

- a) el 5% del capital social,
- b) el 30% de los derechos de voto o porcentaje inferior, si sirviera para designar en los 24 meses siguientes a la adquisición un número de consejeros que representen más de la mitad de los miembros del órgano de administración de la sociedad.

De conformidad con la legislación mercantil, se considerarán poseídas o adquiridas por una misma persona física o jurídica las acciones u otros valores poseídos o adquiridos por las entidades pertenecientes a un mismo grupo de sociedades de forma concertada o formando una unidad de decisión, o por personas que actúen en nombre propio pero por cuenta de aquélla.

3. Se crea el Registro estatal de prestadores de servicios de comunicación audiovisual, dependiente del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales. Reglamentariamente se establecerá la organización y funcionamiento de dicho Registro.

4. Las autoridades audiovisuales competentes del Estado y de las Comunidades Autónomas deberán articular un cauce que asegure la necesaria coordinación entre el Registro estatal y los registros autonómicos, y facilite el acceso por medios telemáticos al conjunto de datos obrantes en los mismos.

Sección 2.ª Nuevas formas de comunicación audiovisual

Artículo 34. *Televisión en movilidad.*

1. La prestación del servicio de comunicación audiovisual de televisión en movilidad y servicios conexos requerirá licencia en los mismos términos de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual, en especial en lo referente al Título II, Capítulo I. Como criterio para la acreditación de la solvencia de los candidatos en los concursos de otorgamiento se tendrá en cuenta la experiencia acumulada como prestadores del servicio de comunicación audiovisual.

2. La planificación del dominio público radioeléctrico para su atribución a los servicios de comunicación audiovisual televisiva en movilidad deberá asegurar que una parte de los recursos espectrales se reserve a los servicios públicos audiovisuales.

3. Se potenciará la presencia de canales con producción de contenidos específicos adaptados a las peculiaridades de la televisión en movilidad. Al menos un 10% de los contenidos deberán estar adaptados a las especificidades de la televisión en movilidad derivadas del tamaño de las pantallas de los terminales de recepción.

4. La emisión y la recepción deberá atenerse, en todo caso, a los estándares establecidos para el territorio de la Unión Europea.

Artículo 35. *Televisión en Alta Definición.*

1. Los prestadores del servicio de comunicación audiovisual podrán emitir televisión en resolución de Alta definición. Dicha emisión se podrá compatibilizar con los programas de resolución estándar dentro del límite de capacidad asignada.

2. La emisión y recepción deberá atenerse en todo caso a los estándares establecidos para el territorio de la Unión Europea.

Sección 3.ª Reglas para el mantenimiento de un mercado audiovisual competitivo, transparente y plural

Artículo 36. *Pluralismo en el Mercado Audiovisual Televisivo.*

1. Las personas físicas y jurídicas pueden ser titulares simultáneamente de participaciones sociales o derechos de voto en diferentes prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisiva.

2. No obstante ninguna persona física o jurídica podrá adquirir una participación significativa en más de un prestador del servicio de comunicación audiovisual televisiva de ámbito estatal, cuando la audiencia media del conjunto de los canales de los prestadores de ámbito estatal considerados supere el 27% de la audiencia total durante los doce meses consecutivos anteriores a la adquisición.

3. La superación del 27% de la audiencia total con posterioridad a la adquisición de una nueva participación significativa no tendrá ningún efecto sobre el titular de la misma.

4. Las participaciones sociales o los derechos de voto de personas físicas o jurídicas nacionales de países que no sean miembros del Espacio Económico Europeo estarán sujetas al cumplimiento del principio de reciprocidad. De producirse un incremento en las participaciones que, a la entrada en vigor de esta Ley, ostenten las personas físicas y jurídicas nacionales de países que no sean miembros del Espacio Económico Europeo, el porcentaje total que ostenten en el capital social del prestador del servicio de comunicación audiovisual televisiva deberá ser, en todo momento, inferior al 50% del mismo.

5. Ninguna persona física o jurídica podrá adquirir una participación significativa o derechos de voto en más de un prestador del servicio de comunicación audiovisual televisiva:

a) Cuando los prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito estatal acumulen derechos de uso sobre el dominio público radioeléctrico superiores, en su conjunto, a la capacidad técnica correspondiente a dos canales múltiplex.

b) Cuando los prestadores del servicio de comunicación audiovisual de ámbito autonómico acumulen derechos de uso sobre el dominio público radioeléctrico superiores, en su conjunto, a la capacidad técnica correspondiente a un canal múltiplex.

c) Ninguna persona física o jurídica titular o partícipe en el capital social de un prestador del servicio de comunicación audiovisual televisiva de ámbito estatal podrá adquirir una participación significativa o derechos de voto en el capital de otro prestador del mismo servicio, cuando ello suponga impedir la existencia de, al menos, tres prestadores privados distintos del servicio de comunicación audiovisual televisiva en el ámbito estatal, asegurándose el respeto al pluralismo informativo.

Artículo 37. *Pluralismo en el Mercado Audiovisual Radiofónico.*

1. Una misma persona física o jurídica no podrá, en ningún caso, controlar directa o indirectamente más del cincuenta por ciento de las licencias administrativas del servicio de radiodifusión sonora terrestre que coincidan sustancialmente en su ámbito de cobertura. En todo caso, una misma persona física o jurídica, no podrá controlar más de cinco licencias en un mismo ámbito de cobertura.

2. En una misma Comunidad Autónoma ninguna persona física o jurídica podrá controlar más del cuarenta por ciento de las licencias existentes en ámbitos en los que sólo tenga cobertura una única licencia.

3. Ninguna persona física o jurídica podrá controlar directa o indirectamente más de un tercio del conjunto de las licencias del servicio de radiodifusión sonora terrestre con cobertura total o parcial en el conjunto del territorio del Estado.

4. Con objeto de limitar el número de licencias cuyo control puede simultanearse, a la hora de contabilizar estos límites no se computarán las emisoras de radiodifusión sonoras gestionadas de forma directa por entidades públicas. A los efectos previstos en este artículo, se entenderá que existe control cuando se den los supuestos a los que se refiere el artículo 42 del Código de Comercio.

5. Los límites anteriores se aplicarán de forma independiente a las licencias para la emisión con tecnología digital y a las licencias para la emisión en tecnología analógica.

CAPÍTULO II

La libertad de recepción de los servicios de comunicación audiovisual prestados desde fuera de España

Artículo 38. *Libertad de recepción de los servicios prestados dentro del Espacio Económico Europeo.*

1. Se garantiza la libertad de recepción en todo el territorio español de los servicios audiovisuales cuyos titulares se encuentren establecidos en un Estado miembro del Espacio Económico Europeo, siempre que no interfieran técnicamente en las emisiones de los prestadores establecidos bajo jurisdicción española. En el ámbito del Convenio Europeo sobre Televisión Transfronteriza y para canalizar el derecho a la diversidad cultural y lingüística a nivel europeo, en todas las zonas limítrofes con un país de la Unión Europea se posibilitará la emisión y la recepción de programas difundidos mediante ondas hertzianas garantizando para ello una adecuada planificación del espectro radioeléctrico en las zonas transfronterizas.

La autoridad audiovisual competente estatal, con carácter excepcional y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 2 bis de la Directiva 89/552, podrá limitar dicha libertad de recepción cuando los servicios audiovisuales infrinjan de manera grave y reiterada lo dispuesto en la legislación española en materia de protección de menores. Además, si el servicio de comunicación audiovisual es a petición, la libertad de recepción podrá limitarse por razones de orden, seguridad o salud públicas, o para proteger a los consumidores.

2. La acreditación de tales medidas deberá efectuarse mediante la instrucción del correspondiente expediente por la autoridad audiovisual competente estatal.

No obstante, antes de adoptar dichas medidas, se notificará a la Comisión y al Estado a cuya jurisdicción esté sujeto el prestador de servicios su intención de adoptar medidas. En caso de decisión negativa, se deberá poner fin urgentemente a las medidas de que se trate.

Artículo 39. *Servicio de Comunicación Audiovisual dirigido total o principalmente al territorio español.*

La autoridad competente estatal podrá adoptar medidas de salvaguarda de la legislación española, de acuerdo con el procedimiento previsto en el artículo anterior, cuando el prestador de un servicio de comunicación audiovisual establecido en otro Estado de la Unión Europea dirija su servicio total o principalmente al territorio español.

TÍTULO IV

Los prestadores públicos del servicio de Comunicación Audiovisual

Artículo 40. *Servicio público de comunicación audiovisual.*

1. El servicio público de comunicación audiovisual es un servicio esencial de interés económico general que tiene como misión difundir contenidos que fomenten los principios y valores constitucionales, contribuir a la formación de una opinión pública plural, dar a conocer la diversidad cultural y lingüística de España, y difundir el conocimiento y las artes, con especial incidencia en el fomento de una cultura audiovisual. Asimismo los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual atenderán a aquellos ciudadanos y grupos sociales que no son destinatarios de la programación mayoritaria.

En cumplimiento de las misiones establecidas en el párrafo anterior, el servicio público de comunicación audiovisual tiene por objeto la producción, edición y difusión de un conjunto de canales de radio, televisión y servicios de información en línea con programaciones diversas y equilibradas para todo tipo de público, cubriendo todos los géneros, destinadas a satisfacer las necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento de la sociedad y a preservar el pluralismo en los medios de comunicación.

2. El Estado, las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales podrán acordar la prestación del servicio público de comunicación audiovisual con objeto de emitir en abierto canales generalistas o temáticos, en función de las circunstancias y peculiaridades

concurrentes en los ámbitos geográficos correspondientes y de los criterios establecidos en el apartado anterior.

Los órganos competentes de cada Comunidad Autónoma decidirán dentro de los múltiples digitales que se les reserven, los canales digitales de ámbito autonómico que serán explotados por el servicio público de comunicación audiovisual televisiva y los que serán explotados por empresas privadas en régimen de licencia.

Las Comunidades Autónomas que acuerden la prestación del servicio público de comunicación audiovisual determinarán los modos de gestión del mismo, que podrán consistir, entre otras modalidades, en la prestación del servicio de manera directa a través de sus propios órganos, medios o entidades, en la atribución a un tercero de la gestión indirecta del servicio o de la producción y edición de los distintos programas audiovisuales, o en la prestación del mismo a través de otros instrumentos de colaboración público-privada, de acuerdo con los principios de publicidad, transparencia y concurrencia, así como no discriminación e igualdad de trato. Asimismo, las Comunidades Autónomas podrán acordar transformar la gestión directa del servicio en gestión indirecta, mediante la enajenación de la titularidad de la entidad prestadora del servicio, que se realizará conforme con los principios citados anteriormente.

3. Las Comunidades Autónomas podrán convocar, a través de sus órganos competentes, los correspondientes concursos para la adjudicación de licencias audiovisuales en los términos de lo dispuesto en el artículo 27 de esta ley.

Las Comunidades Autónomas que vinieran prestando el servicio público de comunicación audiovisual podrán transferir, una vez transformada en licencia audiovisual, la habilitación para prestar este servicio de acuerdo con el procedimiento establecido en su legislación específica.

Las personas físicas o jurídicas a quienes se les encomiende la gestión indirecta del servicio o la prestación del mismo a través de instrumentos de colaboración público-privada, estarán sujetos al cumplimiento de los artículos 40.1 y 41 de esta Ley. Tanto estos como los nuevos licenciatarios a quienes se les transfiera la habilitación para prestar el servicio de comunicación audiovisual, deberán cumplir todos los requisitos y limitaciones establecidas en la legislación para ser titular de una licencia individual.

4. La emisión del servicio público de comunicación audiovisual por ondas hertzianas terrestres de una Comunidad o Ciudad Autónoma en otra limítrofe y con afinidades lingüísticas y culturales podrá ser efectuada siempre que así lo acuerden mediante convenio, y exista reciprocidad.

5. Los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito autonómico podrán establecer acuerdos entre sí para la producción o edición conjunta de contenidos, la adquisición de derechos sobre contenidos o en otros ámbitos, con el objeto de mejorar la eficiencia de su actividad. Igualmente podrán establecer acuerdos con la Corporación RTVE para dicho fin.

Artículo 41. *La función de servicio público audiovisual y su control.*

1. Los objetivos generales de la función de servicio público se establecerán normativamente para un periodo de nueve años. Su desarrollo y concreción para todos y cada uno de sus canales, se llevará a cabo para plazos inferiores, mediante la suscripción por el Estado y las Comunidades Autónomas, en sus respectivos ámbitos de competencia, de los correspondientes contratos programa, identificándose de manera expresa los contenidos de servicio público, en particular habrán de concretarse los porcentajes de géneros de programación, que deban emitirse en los canales gestionados por un mismo prestador.

A esos efectos, en el plazo máximo e improrrogable de 180 días desde la entrada en vigor de esta Ley, el Gobierno suscribirá con la Corporación RTVE el contrato programa correspondiente en el que se detallará la oferta de televisión. Dicha oferta tendrá en cuenta plenamente las obligaciones de servicio público previstas en los artículos 2 y 3 de la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal así como en el artículo 9 de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de Financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española y en las disposiciones vigentes del Mandato Marco a la Corporación RTVE aprobado por las Cortes Generales, los días 11 y 12 de diciembre de 2007.

En dicho contrato programa quedará especificada y singularizada la organización y programación de la 2 de RTVE que, en todo caso, dispondrá de un plan concreto para la creación del centro de producción de referencia en Sant Cugat.

Además de la oferta de televisión, en el contrato programa se incluirá también la de radio y de los servicios conexos e interactivos y de información en línea, la programación de la Orquesta y Coro y del Instituto de Radio y Televisión Española.

Todo prestador del servicio público de comunicación audiovisual deberá contar con la organización y estructura suficiente y necesaria para asegurar el cumplimiento de la misión de servicio público que le haya sido encomendada.

2. Corresponde a las Cortes Generales, los Parlamentos autonómicos, las autoridades audiovisuales competentes y, en su caso, a los órganos de gobierno local, el control de la gestión y del cumplimiento de la función de servicio público.

3. En particular, las autoridades audiovisuales competentes deberán evaluar si los nuevos servicios significativos que se pretendan incluir se ajustan a la misión de servicio público encomendada y si alteran la competencia en el mercado audiovisual. Durante la evaluación se deberá otorgar audiencia a los distintos interesados, y sus resultados deberán publicarse.

Además, la autoridad audiovisual establecerá un procedimiento para que se pueda recabar su intervención en caso de incumplimiento de la función de servicio público.

4. La financiación pública no podrá sostener actividades ni contenidos ajenos al cumplimiento de la función de servicio público.

Al desarrollar los objetivos generales de la función de servicio público por cada autoridad competente, se determinarán las reglas para establecer el coste neto de su cumplimiento y para obtener la compensación a que haya lugar, así como su devolución cuando sea excesiva. Dichos criterios deberán ser concretados en el correspondiente acto de encomienda de la gestión del servicio público.

Artículo 42. Límites para los prestadores de servicio público audiovisual de titularidad pública.

1. Los prestadores de titularidad pública del servicio público de comunicación audiovisual, las Administraciones Públicas así como cualquier entidad dependiente de ellas o sociedades sobre las que cualquiera de las anteriores ejerza el control, en los términos del artículo 42 del Código de Comercio, no podrán participar en el capital social de prestadores privados del servicio de comunicación audiovisual. No obstante, cuando de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 40.2 se acuerde la prestación del servicio público de comunicación audiovisual mediante gestión indirecta u otros instrumentos de colaboración público privada, las Comunidades Autónomas podrán participar en el capital social del prestador de su servicio público.

Las Comunidades Autónomas no podrán participar, directa o indirectamente, en el capital social de los titulares de licencia del servicio de comunicación audiovisual.

2. La gestión de los prestadores de servicio público de comunicación audiovisual de titularidad pública deberá realizarse conforme a criterios de transparencia empresarial.

3. Los criterios rectores de la dirección editorial del prestador de servicio público de comunicación audiovisual se elaborarán por un órgano cuya composición refleje el pluralismo político y social del ámbito de su cobertura.

4. En el ámbito de cobertura estatal, el Estado no podrá reservar o adjudicar a los prestadores de titularidad pública más del 25 por ciento del espacio radioeléctrico disponible para el servicio de televisión en el ámbito estatal, de acuerdo con el Plan Técnico Nacional correspondiente.

En el caso de las emisoras radiofónicas de ámbito estatal, el Estado no podrá reservar a los prestadores de titularidad pública estatal más del 35% del espacio radioeléctrico disponible para el servicio de radiodifusión, de acuerdo con el Plan Técnico Nacional correspondiente.

Artículo 43. *Regulación de la financiación de los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual.*

1. El Estado, las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales determinarán normativamente, para su ámbito de competencia, el sistema de financiación de su servicio público de comunicación audiovisual. Dicho sistema deberá ser compatible con la normativa vigente en materia de competencia.

2. Los servicios de interés económico general de comunicación audiovisual radiofónica, televisiva, conexos e interactivos de titularidad estatal no admitirán ninguna forma de comunicación comercial audiovisual, ni la emisión de contenidos audiovisual en sistemas de acceso condicional, sin perjuicio de las excepciones que su normativa específica de financiación establezca.

Para facilitar su operatividad interna y en aras a la eficiencia económica de su gestión, la Corporación RTVE se transformará en una única sociedad mercantil estatal de acuerdo a las previsiones contempladas en la Disposición Adicional Quinta de la presente Ley.

3. Los prestadores de televisión de titularidad pública no podrán dedicar canales exclusivamente a emitir comunicación comercial.

4. La financiación pública que exceda del coste neto del servicio habrá de reembolsarse o se minorará de la compensación presupuestada para el ejercicio siguiente.

5. Con el fin de cuantificar el coste neto del servicio público de comunicación audiovisual, los prestadores de este servicio deben disponer de separación de cuentas por actividades así como llevar un sistema de contabilidad analítica que separe la imputación de ingresos y costes de la actividad de servicio público, de los contenidos comerciales y de las restantes actividades. Igualmente, los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual deberán proceder progresivamente a la separación estructural de sus actividades para garantizar los precios de transferencia y el respeto a las condiciones de mercado. Todo ello conforme a lo dispuesto en la Ley 4/2007, de 3 de abril, de Transparencia.

6. El coste neto será la diferencia entre los costes totales de cada sociedad prestadora de servicio público y sus otros ingresos distintos de las compensaciones.

En los ingresos, deberá constar información detallada de las fuentes y cuantía de los derivados de las actividades de servicio público y de los que no lo son.

En los costes, se considerarán sólo los gastos contraídos en la gestión del servicio público. Los costes derivados de actividades que no son servicio público deberán identificarse claramente y contabilizarse por separado. Los costes destinados simultáneamente a desarrollar actividades de servicio público y las que no lo son se asignarán proporcionalmente. Los que sean atribuibles en su totalidad a actividades de servicio público, pero que beneficien a actividades que no lo son, se asignarán íntegramente a la actividad de servicio público.

7. En los términos establecidos por la Comisión Europea sobre la aplicación de las normas en materia de ayudas estatales a los servicios públicos de radiodifusión, los prestadores de servicios públicos de comunicación audiovisual no podrán subcotizar los precios de su oferta comercial y de servicios ni utilizar la compensación pública para sobrepasar frente a competidores privados por derechos de emisión sobre contenidos de gran valor en el mercado audiovisual.

8. Los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual podrán mantener reservas de hasta un 10 por 100 de la financiación anual presupuestada para el cumplimiento del servicio público. Las reservas superiores sólo podrán mantenerse, previa autorización, en casos debidamente justificados para cubrir las necesidades de servicio público. Estas reservas deberán ser utilizadas dentro de un plazo máximo de cuatro años. Las reservas no utilizadas al cabo de ese período se tendrán en cuenta para el cálculo de la compensación durante el siguiente período. En todo caso, al término de cada período de cuatro años deberá comprobarse si se ha mantenido un nivel de reservas anuales superior al 10 por 100, en cuyo caso deberá ajustarse a la baja la compensación por el servicio público prestado.

8. bis. Para garantizar un mejor cumplimiento de la Ley Orgánica de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera, los prestadores de titularidad pública del servicio público de comunicación audiovisual de ámbito autonómico deberán cumplir con las obligaciones siguientes:

a) Anualmente se aprobará un límite máximo de gasto para el ejercicio económico correspondiente que no podrá rebasarse.

b) La memoria y el informe de gestión de las cuentas anuales harán una referencia expresa al cumplimiento del equilibrio y sostenibilidad financieros.

Si excepcionalmente las cuentas no están en equilibrio financiero, los prestadores de titularidad pública del servicio público de comunicación audiovisual presentarán al órgano competente de la Comunidad Autónoma para su aprobación una propuesta de reducción de gastos para el ejercicio siguiente igual a la pérdida o déficit generado.

Las aportaciones patrimoniales, contratos programas, encomiendas, convenios o cualesquiera entregas de la Comunidad Autónoma en favor, directa o indirectamente, de los prestadores de titularidad pública del servicio público de comunicación audiovisual requerirán la puesta en marcha de la reducción de gastos aprobada.

c) Antes del 1 de abril de cada año, deberán presentar ante el órgano competente de la Comunidad Autónoma un informe en el que se ponga de manifiesto que la gestión del ejercicio inmediato anterior se adecúa a los principios de la Ley Orgánica de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera.

d) Las Comunidades Autónomas establecerán los sistemas de control, incluidas auditorías operativas, que permitan la adecuada supervisión financiera de sus prestadores de titularidad pública del servicio público de comunicación audiovisual con especial atención al equilibrio y sostenibilidad presupuestaria.

A estos efectos, se entenderá por auditoría operativa el examen sistemático y objetivo de las operaciones y los procedimientos realizados por la entidad con el objeto de proporcionar una valoración independiente de su racionalidad económico-financiera y su adecuación a los principios de la buena gestión, a fin de detectar sus posibles deficiencias y proponer las recomendaciones oportunas en orden a la corrección de aquéllas.

9. La autoridad audiovisual competente determinará un procedimiento de control periódico de la financiación pública que reciban los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual, así como las medidas de reequilibrio necesarias para que su destino sea el establecido en la presente Ley.

TÍTULO V

El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales

Artículos 44 a 54.

(Derogados)

TÍTULO VI

Régimen sancionador básico

Artículo 55. *Principios generales.*

El procedimiento sancionador en materia audiovisual se regirá por los principios generales previstos en el Capítulo II del Título IX de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común y su desarrollo reglamentario.

Artículo 56.

Las Comunidades Autónomas ejercerán las competencias de supervisión, control y protección activa para garantizar el cumplimiento de lo previsto en esta Ley y, en su caso, la potestad sancionadora en relación con los servicios de comunicación audiovisual cuyo ámbito de cobertura, cualquiera que sea el medio de transmisión empleado, no sobrepase sus respectivos límites territoriales. También serán competentes en relación con los servicios audiovisuales cuya prestación se realice directamente por ellas o por entidades a las que hayan conferido su gestión dentro del correspondiente ámbito autonómico.

Artículo 57. Infracciones muy graves.

Son infracciones muy graves:

1. La emisión de contenidos que de forma manifiesta fomenten el odio, el desprecio o la discriminación por motivos de nacimiento, raza, sexo, religión, nacionalidad, opinión o cualquier otra circunstancia personal o social.

2. La emisión de comunicaciones comerciales que vulneren la dignidad humana o utilicen la imagen de la mujer con carácter vejatorio o discriminatorio.

3. El incumplimiento en más de un diez por ciento de los deberes de reservar el porcentaje de tiempo de emisión anual destinado a obras europeas y de financiación anticipada de la producción europea de películas cinematográficas, películas y series para televisión, así como documentales y películas y series de animación, establecidos en los apartados 2 y 3 del artículo 5.

4. La difusión del nombre, la imagen u otros datos que permitan la identificación de los menores en el contexto de hechos delictivos o en emisiones que discutan su tutela o filiación.

5. La comisión dos veces en un día y en un mismo canal de comunicación audiovisual de la infracción grave prevista en el artículo 58.6.

6. La prestación del servicio de comunicación audiovisual sin disponer de la correspondiente licencia o sin haber cumplido el deber de comunicación previa.

7. La alteración no autorizada de cualquiera de los parámetros técnicos de emisión que vengan definidos en la concesión de uso privativo del espectro radioeléctrico a que se hace referencia en el artículo 24.2 de esta Ley, así como de las características recogidas en el proyecto técnico que hubiere sido aprobado por la Agencia Estatal de Radiocomunicaciones para la puesta en marcha de las emisiones.

8. La prestación del servicio de comunicación audiovisual basado en una comunicación previa carente de eficacia, por hallarse incurso en alguno de los supuestos previstos en el artículo 23.2.

9. La prestación del servicio de comunicación audiovisual basado en una solicitud cuyo titular esté incurso en cualquiera de las circunstancias previstas en el artículo 26.

10. El incumplimiento de las condiciones esenciales de la licencia previstas en el artículo 24 de esta Ley, tres veces en seis meses.

11. El incumplimiento del deber de inscripción en el Registro previsto en esta Ley o la aportación al mismo de datos falsos.

12. La celebración de negocios jurídicos de transmisión o arrendamiento de la licencia de prestación del servicio, sin cumplir los requisitos requeridos en el artículo 29.

13. El incumplimiento de las resoluciones dictadas por la autoridad audiovisual competente para restablecer el pluralismo en el mercado audiovisual, en aplicación de las previsiones contenidas en los artículos 4, 36 y 37 de esta Ley.

14. La acumulación de cuatro infracciones graves en un mismo año natural.

Artículo 58. Infracciones graves.

Son infracciones graves:

1. El incumplimiento del deber de identificación plena previsto en el artículo 6.1.

2. La vulneración durante más de tres días en un periodo de diez días consecutivos del deber previsto en el artículo 6.2 de dar a conocer con una antelación de tres días y mediante una guía electrónica la programación del canal de televisión.

3. La vulneración de la prohibición, y en su caso, de las condiciones de emisión de contenidos perjudiciales para el menor, previstas en el artículo 7.2.

4. El incumplimiento en un canal, durante más de cinco días en un periodo de diez días consecutivos, de los deberes de accesibilidad previstos en los apartados 2 y 3 del artículo 8.

5. El incumplimiento de las instrucciones y decisiones de la autoridad audiovisual.

6. El incumplimiento del límite de tiempo de emisión por hora de reloj dedicado a la publicidad y a la televenta, establecido en el artículo 14.1, cuando exceda en un veinte por ciento de lo permitido.

7. El incumplimiento del resto de las condiciones establecidas en esta Ley para la realización de las distintas formas de comunicación comercial previstas en los artículos 14, 15, 16 y 17 que no estén incluidas en la tipificación del apartado anterior.

El incumplimiento en la misma comunicación comercial de dos o más condiciones de las previstas en esos artículos sólo dará lugar a una sanción. Asimismo, el incumplimiento de una de las condiciones previstas en los citados artículos no podrá dar lugar además a la sanción por comunicación comercial encubierta.

8. La emisión de comunicaciones comerciales encubiertas, que utilicen técnicas subliminales, que fomenten comportamientos nocivos para la salud en los términos establecidos en el apartado 3 del artículo 18, que fomenten comportamientos nocivos para el medio ambiente o para la seguridad de las personas, o que sean de naturaleza política, salvo los casos de excepción legal, o que incurran en las prohibiciones establecidas en la normativa de publicidad.

9. El incumplimiento del deber de permitir a los restantes prestadores, la emisión de un breve resumen informativo, en los términos y con las condiciones establecidas por el artículo 19 en su apartado 3.

10. El incumplimiento de las obligaciones de emisión en abierto y de venta de la emisión de los acontecimientos de interés general para la sociedad previstas, respectivamente, en los apartados 2 y 3 del artículo 20.

11. La negativa, resistencia u obstrucción que impida, dificulte o retrase el ejercicio de facultades de inspección de la autoridad competente.

12. El incumplimiento de los códigos de autorregulación de conducta a que se refiere el artículo 12 de esta Ley.

13. La acumulación de cuatro infracciones leves en un mismo año natural.

Artículo 59. Infracciones leves.

Son infracciones leves:

1. El incumplimiento del deber de atender un requerimiento de información dictado por la autoridad competente, así como retrasar injustificadamente su aportación cuando resulte exigible conforme a lo dispuesto en esta Ley.

2. El incumplimiento del resto de deberes y obligaciones establecidas en esta Ley, que no estén tipificadas como infracciones graves o muy graves.

3. El incumplimiento de las condiciones no esenciales de la licencia.

Artículo 60. Sanciones.

1. Las infracciones muy graves serán sancionadas:

a) En todo caso, con multa de 500.001 hasta 1.000.000 de euros para los servicios de comunicación audiovisual televisiva y de 100.001 a 200.000 para los radiofónicos, para los prestadores del servicio de comunicación electrónica y para los prestadores de servicio de catálogo de programas.

b) Podrán ser además sancionadas con la revocación de la licencia para prestar el servicio de comunicación audiovisual por ondas hertzianas terrestres y el consiguiente cese de la prestación del servicio en los siguientes supuestos:

Quando el prestador haya cometido la infracción muy grave prevista en el artículo 57.13.

Quando el prestador haya sido sancionado como mínimo en tres ocasiones, mediante resolución administrativa firme y en un plazo no superior a dos años, por la comisión de las infracciones muy graves previstas en los apartados 3, 9 y 12 del artículo 57.

En ningún caso se podrá proponer el cese de las actividades de los prestadores de servicio público audiovisual como prestadores de servicio que son y no licenciarios, aunque si incurrir en algunos de los casos previstos en este punto, será causa de cese para sus responsables y podrá ser reclamado por la Autoridad Audiovisual competente ante los órganos que correspondan.

c) Podrán ser además sancionadas con la extinción de los efectos de la comunicación previa y el consiguiente cese de la prestación del servicio de comunicación audiovisual en los siguientes supuestos:

Quando el prestador haya cometido la infracción muy grave prevista en el artículo 57.13.

Quando el prestador haya cometido, como mínimo en tres ocasiones y en un plazo no superior a dos años, la infracción muy grave prevista en el apartado 3 del artículo 57.

En ningún caso se podrá proponer el cese de las actividades de los prestadores de servicio público audiovisual como prestadores de servicio que son y no licenciarios, aunque si incurrn en algunos de los casos previstos en este punto, será causa de cese para sus responsables y podrá ser reclamado por la Autoridad audiovisual competente ante los órganos que correspondan.

d) En el caso de las infracciones previstas en los apartados 6, 7 y 8 del artículo 57, además de la multa se impondrá el cese de las emisiones, y se precintarán provisionalmente los equipos e instalaciones utilizados para realizar la emisión.

2. Las infracciones graves serán sancionadas con multa de 100.001 hasta 500.000 euros para servicios de comunicación audiovisual televisiva y de 50.001 a 100.000 para los radiofónicos, para los prestadores del servicio de comunicación electrónica y para los prestadores de servicio de catálogo de programas.

3. Las infracciones leves serán sancionadas con multa de hasta 100.000 euros para los servicios de comunicación televisiva y hasta 50.000 para los radiofónicos, para los prestadores del servicio de comunicación electrónica y para los prestadores de servicio de catálogo de programas.

4. La cuantía de la sanción que se imponga, dentro de los límites indicados, se graduará teniendo en cuenta, además de lo previsto en el artículo 131.3 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, los siguientes criterios:

a) La inclusión de la conducta sancionada en un código de autorregulación que obligue al infractor como conducta prohibida.

b) Haber sido sancionado por resolución administrativa firme por el mismo tipo de infracción en el plazo de los tres años anteriores.

c) La gravedad de las infracciones cometidas en el plazo anterior de tres años por el sujeto al que se sanciona.

d) La repercusión social de las infracciones.

e) El beneficio que haya reportado al infractor el hecho objeto de la infracción.

5. La autoridad competente para la imposición podrá acordar que la sanción lleve aparejada la obligación de difundir la parte resolutive de las mismas.

Las cuantías señaladas en este artículo serán actualizadas periódicamente por el Gobierno, teniendo en cuenta la variación de los índices de precios de consumo.

Artículo 61. Responsabilidad por la comisión de infracciones.

1. La responsabilidad administrativa por las infracciones de la presente Ley es exigible al prestador del servicio de comunicación audiovisual. También será aplicable, cuando proceda con arreglo a esta ley, a los prestadores del servicio radiofónico y a los prestadores de los servicios de comunicación electrónica y de catálogo de programas.

A los efectos de la correcta dilucidación de la responsabilidad administrativa, los prestadores del servicio deberán archivar durante un plazo de seis meses a contar desde la fecha de su primera emisión, todos los programas emitidos, incluidas las comunicaciones comerciales, y registrar los datos relativos a tales programas.

2. No incurrirá en responsabilidad administrativa el prestador del servicio de comunicación audiovisual, ni los prestadores de los servicios de comunicación electrónica y de servicio de catálogo de programas, cuando emitan comunicaciones comerciales elaboradas por personas ajenas al prestador y que supongan una infracción de acuerdo con la normativa vigente sobre publicidad.

No obstante, el prestador del servicio habrá de cesar en la emisión de tal comunicación comercial al primer requerimiento de la autoridad audiovisual o de cualquier organismo de autorregulación al que pertenezca.

3. El infractor habrá de reponer la situación alterada a su estado originario y resarcir los daños y perjuicios causados, siempre que técnicamente sea posible. La autoridad

competente para la resolución del expediente sancionador puede imponer multas coercitivas de hasta 30.000 euros diarios para el cumplimiento de estas obligaciones.

Disposición adicional primera. *Constitución de la Agencia Estatal de Radiocomunicaciones.*

(Derogada)

Disposición adicional segunda. *Participación de las Comunidades Autónomas en la planificación estatal del espacio radioeléctrico.*

La planificación del espacio radioeléctrico será elaborada con la participación de las Comunidades Autónomas a través de instrumentos de cooperación previstos en la legislación general.

A estos efectos, el Gobierno recabará informes de las Comunidades Autónomas a la hora de habilitar bandas, canales y frecuencias para la prestación de servicios de comunicación audiovisual que afecten al territorio de dichas Comunidades Autónomas.

Disposición adicional tercera.

Los prestadores de servicios de comunicación audiovisual, los productores audiovisuales, los proveedores de contenidos y los titulares de canales, podrán someter sus controversias al conocimiento del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales o a los órganos que a tal fin creen las Comunidades Autónomas, en el ejercicio de sus respectivas competencias, con sujeción a la Ley 60/2003, de 23 de diciembre, de Arbitraje.

Disposición adicional cuarta. *Régimen especial aplicable a Canarias.*

1. En atención a las especiales circunstancias de lejanía, insularidad y dispersión poblacional que concurren en Canarias como región ultraperiférica, así como a la necesidad que suponen las telecomunicaciones de banda ancha para la comunicación de contenidos audiovisuales, el Gobierno establecerá en el plazo máximo de seis meses las medidas compensatorias que por razones de cohesión territorial sean necesarias para compensar el sobrecoste que afrontan los operadores para desplegar servicios de banda ancha en Canarias, debido a los tramos troncales de las redes de telecomunicaciones que interconectan las Islas Canarias entre sí y a éstas con el resto del territorio español, y, con ello, equiparar la disponibilidad y condiciones de acceso a todo tipo de servicios audiovisuales de banda ancha en todas las Islas Canarias con las del resto del Estado.

2. Estas medidas compensatorias serán financiadas con cargo a los Presupuestos Generales del Estado.

Disposición adicional quinta. *Gestión directa del servicio público de radio y televisión de titularidad estatal.*

1. Se encomienda a la sociedad mercantil estatal Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. la gestión directa del servicio público de la Radio, televisión, servicios conexos e interactivos y de información en línea de titularidad estatal en los términos que se definen por la Ley 17/2006, de 5 de junio, de Radio y Televisión de Titularidad Estatal y por la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de Financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.

Al día siguiente a la entrada en vigor de esta Ley, se iniciarán todas las actuaciones y operaciones que al efecto se requieran, de conformidad con la Ley 3/2009, de 3 de abril, sobre Modificaciones Estructurales de las Sociedades Mercantiles, procediéndose por el Consejo de Ministros a adoptar los acuerdos que, en su caso, sean necesarios para la extinción de la Sociedad Mercantil Estatal Radio Nacional de España, S.A. (SME RNE S.A.) y la Sociedad Mercantil Estatal Televisión Española, S.A. (SME TVE S.A.) garantizando la subrogación de Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. (Corporación RTVE) en la posición jurídica de ambas sociedades.

La Corporación de Radio y Televisión Española, S.A. comenzará a prestar directamente el servicio público de la radio, televisión, servicios conexos e interactivos y de información en línea de titularidad estatal, al día siguiente del otorgamiento de las correspondientes

escrituras públicas de cesión global de activos y pasivos por parte de SME TVE, S.A. y SME RNE, S.A., en la que se determinarán las aportaciones no dinerarias, valorándose en euros, que al respecto se atribuyan.

Las aportaciones no requerirán el informe de experto independiente.

2. Hasta que se proceda a la autorización de las operaciones descritas en el apartado anterior, las sociedades mercantiles estatales Radio Nacional de España, S.A. (SME RNE S.A.) y Televisión Española S.A. (SME TVE S.A.) continuarán rigiéndose por lo dispuesto en la Ley 17/2006, de 5 de junio.

3. El régimen especial previsto en el capítulo VIII del título VII del Texto Refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades aprobado por el Real Decreto Legislativo 4/2004, de 5 de marzo, será aplicable a la operación de cesión global de activos y pasivos de SME TVE, S.A. y SME RNE, S.A., a la Corporación de Radio y Televisión Española, S.A.

Todas las operaciones societarias, transmisiones patrimoniales y actos derivados directa o indirectamente de la aplicación de esta disposición estarán exentos de cualquier tributo estatal, autonómico o local, así como del pago de cualquier arancel u honorario profesional devengados por la intervención de fedatarios públicos y de registradores de la Propiedad y Mercantiles.

4. La Corporación RTVE sucederá a SME TVE, S.A. y SME RNE, S.A. en todos los bienes, contratos y, en general, derechos y obligaciones que deriven de la cesión global de activos y pasivos a la que se refieren los párrafos anteriores. A este fin la Corporación RTVE quedará subrogada en la misma posición jurídica que ostentaba SME TVE, S.A. y SME RNE, S.A., en todos sus bienes, derechos, obligaciones, relaciones jurídicas y procedimientos administrativos o judiciales en curso. La subrogación de la Corporación RTVE en los contratos de arrendamientos de inmuebles de los que fueran titulares SME RNE, S.A. y SME TVE, S.A. no dará lugar por sí sola a la extinción de los contratos de arrendamiento ni al aumento de la renta o a la percepción de cantidad alguna por el arrendador.

Igualmente, la Corporación RTVE se subrogará en la misma posición jurídica que ostentaban las citadas entidades en las relaciones jurídicas, derechos y obligaciones de naturaleza laboral y de seguridad social de todos los trabajadores que se incorporen a ella y se respetará la categoría profesional, antigüedad y derechos económicos y sociales adquiridos por el personal mencionado.

5. SME TVE, S.A. y SME RNE, S.A., quedarán extinguidas una vez inscritas en el Registro Mercantil las escrituras públicas de cesión global de activos y pasivos a Corporación RTVE.

Disposición adicional sexta.

Los operadores de comunicación audiovisual, estarán obligados a preservar y a conservar el archivo de imágenes en movimiento y audio.

Disposición adicional séptima. *Carácter no publicitario de anuncios de servicio público o de carácter benéfico.*

No tienen la consideración de publicidad los anuncios de servicio público o de carácter benéfico, difundidos gratuitamente, de acuerdo con lo establecido en el artículo 2 de esta Ley. A los efectos del cómputo previsto en el apartado 1 del artículo 14, la autoridad audiovisual competente podrá resolver, a solicitud de los interesados y previamente a su emisión, sobre la no consideración como mensajes publicitarios de estas comunicaciones.

Disposición transitoria primera. *Procedimiento aplicable en los concursos convocados de acuerdo con la legislación anterior.*

1. Los concursos de adjudicación de concesiones para la gestión indirecta del servicio de interés general de radio y televisión de ámbito estatal no resueltos antes de la entrada en vigor de esta ley, continuarán su tramitación de acuerdo con el procedimiento previsto en la normativa vigente al momento de la convocatoria del concurso.

2. Una vez resuelto el concurso la autoridad competente transformará la concesión en licencia.

La vigencia de las nuevas licencias será la prevista en la Ley.

Disposición transitoria segunda. *Derechos reconocidos y títulos otorgados antes de la entrada en vigor de esta Ley.*

1. Las concesiones para la gestión indirecta del servicio público de radio o televisión por ondas hertzianas terrestres de ámbito estatal, autonómico o local, que no hayan sido declaradas extinguidas a la entrada en vigor de la presente Ley, se deben transformar en licencias para la prestación del servicio de comunicación audiovisual.

La vigencia de las nuevas licencias será de quince años a contar desde la fecha de transformación de las concesiones.

2. Los titulares de las concesiones deben solicitar a la autoridad competente la correspondiente transformación del título habilitante, en el plazo de dos meses desde la entrada en vigor de esta Ley.

La autoridad competente, una vez recibida la solicitud, procederá a dictar resolución expresa transformando la concesión en licencia y a realizar su inscripción en el registro correspondiente.

Transcurrido el plazo de dos meses sin que se haya solicitado la transformación, las concesiones quedarán extinguidas.

3. Quedan extinguidas desde la entrada en vigor de esta Ley, las autorizaciones para la prestación del servicio de comunicación audiovisual televisiva por satélite y las autorizaciones para la prestación del servicio de comunicación audiovisual por cable.

La autoridad audiovisual competente procederá de oficio a la inscripción en el registro que corresponda de los antiguos titulares de autorizaciones.

4. El artículo 25.4 no será de aplicación a las participaciones en el capital social de personas jurídicas titulares de una concesión convertible en licencia, pertenecientes a personas físicas y jurídicas nacionales de países que no sean miembros del Espacio Económico Europeo que rebasen, a la entrada en vigor de esta Ley, las limitaciones previstas en el citado artículo.

5. Los prestadores de titularidad pública del servicio de interés económico general de comunicación audiovisual de ámbito autonómico mantendrán su actividad de acuerdo con el régimen previsto en las correspondientes normas de concesión.

Disposición transitoria tercera. *Conversión de los actuales Registros de Sociedades Concesionarias para la gestión indirecta del servicio público esencial de la televisión; de Empresas Radiodifusoras, Especial de Operadores de Cable y creación del Registro Estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual.*

1. La creación del Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual extinguirá los actuales Registros de Sociedades Concesionarias para la gestión indirecta del servicio público esencial de la televisión, de Empresas Radiodifusoras y el Especial de Operadores de Cable.

2. Tras la entrada en vigor de esta Ley, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones procederá a transferir al Consejo Estatal de Medios Audiovisuales el Registro de Sociedades Concesionarias para la gestión indirecta del servicio público esencial de la televisión, el Registro de Empresas Radiodifusoras y las inscripciones contenidas en el Registro creado en aplicación de lo dispuesto en la disposición adicional décima de la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones, así como todos los expedientes que contengan las autorizaciones administrativas para el servicio de difusión de televisión por satélite y sus modificaciones, otorgadas para la prestación de este servicio de difusión.

3. Los órganos competentes inscribirán en los nuevos registros a los anteriores titulares, una vez transformado su título habilitante según lo previsto en la disposición transitoria segunda.

Disposición transitoria cuarta. *Régimen transitorio de incompatibilidades de licencias.*

Hasta la fecha del cese efectivo de las emisiones de televisión con tecnología analógica, la limitación de titularidad de licencias no será de aplicación en el caso de que se simultanee una licencia para emitir en analógico y otra que emplee exclusivamente tecnología digital.

Disposición transitoria quinta. *Servicios de apoyo para las personas con discapacidad.*

1. Los servicios de accesibilidad de las personas con discapacidad en la programación de los canales a que se refiere el artículo 8 deberán haber alcanzado a 31 de diciembre de cada año los siguientes porcentajes y valores:

	2010	2011	2012	2013
Subtitulación	25%	45%	65%	75%
Horas lengua signos	0,5	1	1,5	2
Horas audiodescripción	0,5	1	1,5	2

2. Los servicios de accesibilidad de las personas con discapacidad en la programación de los canales de servicio público deberán haber alcanzado a 31 de diciembre de cada año los siguientes porcentajes y valores:

	2010	2011	2012	2013
Subtitulación	25%	50%	70%	90%
Horas lengua signos	1	3	7	10
Horas audiodescripción	1	3	7	10

3. Se autoriza al Gobierno para ampliar reglamentariamente los plazos del apartado anterior de acuerdo con la evolución del mercado audiovisual, el proceso de implantación de la tecnología digital y el desarrollo de los medios técnicos disponibles en cada momento.

4. Hasta el final definitivo de las emisiones de televisión con tecnología analógica, las obligaciones de interpretación de la lengua de signos y de audiodescripción no serán exigibles a las emisiones en analógico.

5. Los canales de televisión de nueva emisión deben alcanzar los tiempos y porcentajes fijados en el artículo 8 en el plazo de cuatro años, extrapolarlo la escala del apartado 1.

Disposición transitoria sexta. *Catálogo de acontecimientos de interés general para la sociedad.*

Hasta tanto no se apruebe por el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales el catálogo de acontecimientos de interés general para la sociedad, se emitirá en directo y abierto, y para todo el territorio del Estado, un encuentro de fútbol por cada jornada de la Liga de primera división, así como las semifinales y la final de la Copa del Rey de fútbol, siempre que haya algún canal de televisión en abierto interesado en emitirlo.

Disposición transitoria séptima. *El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales.*

Hasta la efectiva constitución del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales sus funciones serán ejercidas por el órgano administrativo competente.

Para el caso de la obligación de financiación establecida en el artículo 5 de esta Ley, seguirá en vigor lo dispuesto en el Real Decreto 1652/2004, de 8 de julio, por el que se aprueba el Reglamento que regula la inversión obligatoria para la financiación anticipada de películas cinematográficas y películas para televisión, europeas y españolas, en todo lo relativo a autoridades competentes y procedimiento aplicable.

Disposición transitoria octava. *Primer mandato de los miembros del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales.*

No obstante lo dispuesto en el artículo 50 de esta Ley, el primer mandato de cuatro de los integrantes del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales durará tres años.

En la primera sesión del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales se determinará por sorteo, o de forma voluntaria, qué cuatro consejeros cesarán transcurrido el plazo de tres años desde su nombramiento.

Disposición transitoria novena. *Mejora tecnológica y aprovechamiento del dominio público radioeléctrico para la prestación del servicio de comunicación audiovisual.*

Las mejoras tecnológicas que permitan un mayor aprovechamiento del dominio público radioeléctrico para la prestación de servicios de comunicación audiovisual, no ampliarán, sin embargo, el disfrute del número de canales individuales o dentro de un múltiplex cuya emisión por ondas hertzianas terrestres se hubiera habilitado mediante concesión o licencia antes o después de la entrada en vigor de esta ley.

Disposición transitoria décima. *Revisión de la planificación y de las concesiones para la gestión de las televisiones locales por ondas hertzianas.*

1. Las concesiones para la gestión de televisiones locales por ondas hertzianas, tanto las atribuidas a las administraciones locales como a particulares, que no hubieran iniciado sus emisiones dentro del plazo establecido en la normativa vigente en el momento de su otorgamiento, quedarán automáticamente extinguidas seis meses después de la entrada en vigor de esta Ley.

2. Asimismo, quedarán automáticamente extinguidas cuatro meses después de la entrada en vigor de esta Ley las concesiones para la gestión de televisiones locales por ondas hertzianas, tanto las atribuidas a las administraciones locales como a particulares, que hubieran interrumpido sus emisiones y se hallaran en dicha situación al tiempo de la publicación de la presente norma.

En el plazo de dieciocho meses a contar desde la entrada en vigor de la presente Ley, la Agencia Estatal de Radiocomunicaciones, conjuntamente con las Comunidades Autónomas, procederá durante seis meses a la revisión del Plan Técnico Nacional de la Televisión Local con la finalidad de racionalizar su contenido.

3. Mientras se procede a la revisión que se establece en el apartado anterior, las autoridades audiovisuales competentes se abstendrán de convocar y de resolver concursos públicos para el otorgamiento de títulos habilitantes para la gestión de televisiones locales.

Disposición transitoria undécima. *Cobertura de la televisión digital terrestre en Canarias.*

En el proceso de extensión de cobertura de la televisión digital terrestre se tendrán en consideración las especiales circunstancias que concurren en Canarias como región ultra periférica, de modo que las coberturas alcanzadas por el servicio de televisión digital terrestre de cobertura estatal sean equivalentes a las de las restantes Comunidades Autónomas españolas, asegurando asimismo un nivel equivalente de cobertura para cada una de las islas.

Disposición transitoria duodécima. *Vigencia de los contratos de adquisición de los derechos de las competiciones futbolísticas.*

Los contratos de adquisición de los derechos de las competiciones futbolísticas vigentes a la entrada en vigor de la presente Ley seguirán siendo válidos hasta su finalización, siempre y cuando esta finalización tenga lugar en el plazo de 4 años desde la entrada en vigor. En caso contrario, una vez transcurrido el citado plazo de 4 años desde la entrada en vigor de la Ley, los contratos expirarán forzosamente.

Disposición transitoria decimotercera. *Emisión de comunicación comercial audiovisual.*

La Sección 2.^a del Capítulo II del Título II de la Ley será de aplicación transcurridos tres meses desde la entrada en vigor de esta Ley.

Disposición transitoria decimocuarta. *Servicios de comunicación comunitarios sin ánimo de lucro existentes.*

1. Los servicios de comunicación comunitarios sin ánimo de lucro que estuvieran en funcionamiento con anterioridad al 1 de enero de 2009, al amparo de la disposición adicional decimotercera de la Ley 56/2007, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información (LISI), optarán a licencias o autorizaciones en el ámbito de cobertura en el que venían prestando su actividad.

2. Respetando los ámbitos competenciales existentes, tanto el procedimiento de concesión de la licencia como la concreción del marco de actuación de los servicios de comunicación audiovisual comunitarios sin ánimo de lucro se desarrollarán reglamentariamente en un plazo máximo de doce meses desde la entrada en vigor de la presente Ley.

Disposición transitoria decimoquinta. *Digitalización del servicio de radiodifusión sonora terrestre.*

1. En el plazo de dieciocho meses a contar desde la entrada en vigor de esta Ley, el Gobierno aprobará el plan técnico de digitalización integral del servicio de radiodifusión sonora terrestre. Este plan se elaborará respetando las actuales concesiones para la gestión de los servicios de radiodifusión sonora por ondas medias (hectométricas), de radiodifusión sonora en ondas métricas con modulación de frecuencia, de radiodifusión sonora digital terrenal, que se adaptarán y transformarán dentro de la nueva tecnología digital.

2. El Gobierno promoverá, para la confección y desarrollo del Plan de digitalización de la radiodifusión sonora terrestre, la mejor concertación con los sectores empresariales, públicos y privados, de la radiodifusión sonora terrestre, de las empresas de telecomunicaciones que presten servicios soporte del servicio de difusión, de las empresas del sector de la electrónica y de las empresas del sector automovilístico, entre otras.

Dentro del plazo de doce meses, a contar desde la entrada en vigor de esta Ley, el Gobierno presentará a la Comisión y al Consejo Europeos, según corresponda, una propuesta de coordinación de los Estados de la Unión para la digitalización global y conjunta de los servicios de radiodifusión terrestre.

Disposición derogatoria.

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en la presente Ley. Y en concreto, quedan expresamente derogadas:

1. La Ley 4/1980, de 10 de enero, del Estatuto de la Radio y la Televisión.
2. La Ley 46/1983, de 26 de diciembre, del Tercer Canal de Televisión.
3. La Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones.
4. La Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada.
5. La Ley 11/1991, de 8 de abril, de Organización y Control de las Emisoras Municipales de Radio.
6. 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.
7. La Ley 37/1995, de 12 de diciembre, de Telecomunicaciones por Satélite, en lo referido a los servicios de comunicación audiovisual por satélite.
8. La Ley 41/1995, de 22 de diciembre, de Televisión Local por Ondas Terrestres.
9. La Ley 21/1997, de 3 de julio, Reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de Competiciones y Acontecimientos Deportivos.
10. La disposición adicional cuadragésimo cuarta de la Ley 66/1997, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social.
11. La disposición adicional cuadragésimo cuarta de la Ley 50/1998, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social.
12. La disposición adicional segunda de la Ley 15/2001, de 9 de julio, de Fomento y Promoción de la Cinematografía y el Sector Audiovisual.
13. Las disposiciones adicionales décima y transitorias sexta, octava y décima de la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones.
14. La disposición adicional trigésima de la Ley 62/2003, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social.
15. La Ley 10/2005, de 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo, salvo el artículo 5 que modifica el Real Decreto-ley 1/1998, de 27 de febrero, sobre infraestructuras comunes en los edificios para el acceso a los servicios de telecomunicación, y salvo la disposición adicional segunda, relativa a la garantía de

accesibilidad para personas con discapacidad y la disposición adicional séptima, relativa a la cobertura por satélite del servicio de televisión digital terrestre de ámbito estatal.

16. Ley 7/2009, de 3 de julio, de medidas urgentes en materia de Telecomunicaciones.

17. Real Decreto-Ley 11/2009, de 13 de agosto, por el que se regula para las concesiones de ámbito estatal, la prestación del servicio de televisión digital terrestre de pago mediante acceso condicional.

18. El punto 6 de la letra a) del anexo (definiciones) de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico.

Disposición final primera. *Modificación de la Ley 6/1997, de 14 de abril, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado.*

Se modifica el apartado 1 de la disposición adicional décima de la Ley 6/1997, de 14 de abril, de Organización y Funcionamiento de la Administración General del Estado, que quedará redactado en los siguientes términos:

«1. La Comisión Nacional del Mercado de Valores, el Consejo de Seguridad Nuclear, la Corporación RTVE, las Universidades no transferidas, la Agencia de Protección de Datos, el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), el Consorcio de la Zona Especial Canaria, la Comisión Nacional de Energía, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, la Comisión Nacional de la Competencia, la Comisión Nacional del Sector Postal y el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales se registrarán por su legislación específica y supletoriamente por esta ley.

El Gobierno y la Administración General del Estado ejercerán respecto de tales Organismos las facultades que la normativa de cada uno de ellos les asigne, en su caso, con estricto respeto a sus correspondientes ámbitos de autonomía.»

Disposición final segunda. *Modificación de la Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y Televisión de Titularidad Estatal.*

La Ley 17/2006, de 5 de junio, de la Radio y Televisión de Titularidad Estatal, queda modificada en los siguientes términos:

Uno. El apartado 1 del artículo 3 queda redactado como sigue:

«1. Se atribuye a la Corporación de Radio y Televisión Española, S. A., Corporación RTVE, la gestión del servicio público de radio y televisión en los términos que se definen en esta Ley.»

Dos. El apartado 4 del artículo 3 queda redactado como sigue:

«4. El conjunto de las producciones y emisiones de radio y televisión efectuadas por la Corporación RTVE deberá cumplir con las obligaciones integradas en la función de servicio público definida en la presente Ley.»

Tres. El apartado 1 del artículo 7 queda sin contenido.

Cuatro. El apartado 2 del artículo 7 queda redactado como sigue:

«2. La Corporación RTVE podrá constituir o participar en el capital de toda clase de entidades que adopten la forma de sociedad mercantil y cuyo objeto social esté vinculado con las actividades y funciones de aquélla, incluidas las de servicio público. La adquisición o pérdida de la participación mayoritaria, directa o indirecta, de la Corporación RTVE en el capital social de dichas sociedades requerirá la previa autorización del Consejo de Ministros.»

Cinco. El párrafo segundo del apartado 3 del artículo 7 queda suprimido.

Seis. El apartado 5 del artículo 7 queda redactado como sigue:

«5. La Corporación RTVE no podrá ceder a terceros la producción y edición de los programas informativos y de aquellos que expresamente determine el mandato marco.»

Siete. El apartado 2 del artículo 11 queda redactado como sigue:

«2. Sin perjuicio de lo establecido en el número anterior, dos de los miembros del Consejo a elegir por el Congreso, lo serán a propuesta de los dos sindicatos más representativos a nivel estatal con implantación en la Corporación.»

Ocho. La letra d) del apartado 4 del artículo 16 queda redactada como sigue:

«d) Supervisar la labor de la dirección de la Corporación RTVE y de sus sociedades filiales.»

Nueve. La letra o) del apartado 4 del artículo 16 queda redactada como sigue:

«o) Determinar el procedimiento interno aplicable por la Corporación RTVE para el ejercicio del derecho de acceso reconocido en el artículo 20.3 de la Constitución.»

Diez. El apartado 1 del artículo 24 queda redactado como sigue:

«1. Los Consejos de Informativos son los órganos internos de participación de los profesionales de la información de la Corporación RTVE para velar por su independencia y la objetividad y veracidad de los contenidos informativos difundidos.»

Once. La letra d) del apartado 2 del artículo 24 queda redactada como sigue:

«d) Informar con carácter no vinculante las propuestas de nombramiento de los directores de los servicios informativos de la Corporación RTVE.»

Doce. El apartado 1 del artículo 25 queda redactado como sigue:

«1. La producción y programación de la Corporación RTVE deberá ajustarse al cumplimiento de sus funciones de servicio público.»

Trece. El apartado 3 del artículo 28 queda redactado como sigue:

«3. La Corporación RTVE garantizará la disponibilidad de los medios técnicos y humanos necesarios para la realización de los espacios para el ejercicio del derecho de acceso.»

Catorce. El artículo 29 queda redactado como sigue:

«Artículo 29. Patrimonio.»

1. La Corporación RTVE tendrá un patrimonio propio. Los bienes y derechos de la Corporación RTVE serán en todo caso de dominio privado o patrimoniales.

2. La gestión, administración, explotación y disposición de los bienes y derechos que integran el patrimonio de la Corporación RTVE se regirá por lo dispuesto en esta Ley sobre el mismo y, en su defecto, por el ordenamiento privado.»

Quince. Los apartados 2 y 3 del artículo 30 quedan redactados como sigue:

«2. Sin perjuicio de lo anterior, la actividad contractual de la Corporación RTVE se regirá por el ordenamiento jurídico privado.

3. Los servicios prestados, en su caso, por la Corporación RTVE a sus sociedades filiales estarán remunerados de forma adecuada según criterios de mercado, debiendo la Corporación RTVE establecer cuentas separadas a tal efecto.»

Dieciséis. El párrafo primero del artículo 31 queda redactado como sigue:

«La Corporación RTVE, y cualesquiera otras sociedades en las que posea, directa o indirectamente, la mayoría del capital social sólo podrán recurrir al endeudamiento para la financiación de sus inversiones en inmovilizado material e inmaterial y para atender desfases temporales de tesorería.»

Diecisiete. El párrafo primero del artículo 33 queda redactado como sigue:

«Las compensaciones por el cumplimiento de las obligaciones de servicio público se consignarán en los Presupuestos Generales del Estado. Estas compensaciones tendrán carácter anual y no podrán superar el coste neto del servicio público prestado en el correspondiente ejercicio presupuestario. A estos efectos, se considera coste neto la diferencia entre los costes totales y sus otros ingresos distintos de las compensaciones.»

Dieciocho. El apartado 2 del artículo 35 queda redactado como sigue:

«2. El programa de actuación plurianual estará integrado por los estados financieros y documentación exigida por la Ley General Presupuestaria y reflejará los datos económico-financieros previstos para el ejercicio relativo al proyecto de Presupuestos Generales del Estado y a los dos ejercicios inmediatamente siguientes, según el contrato-programa conforme a las líneas estratégicas y objetivos definidos para la Corporación RTVE.»

Diecinueve. El apartado 5 del artículo 37 queda redactado como sigue:

«5. La Corporación RTVE deberá llevar un sistema de contabilidad analítica que permita presentar cuentas separadas de las actividades de servicio público y del resto de actividades que realice, con objeto de determinar el coste neto a que se refiere el artículo 33 de esta Ley.»

Veinte. El párrafo segundo del apartado 1 del artículo 38 queda redactado como sigue:

«Estará sujeto a una relación laboral especial aquel personal directivo de la Corporación cuyas funciones reúnan los requisitos exigidos por el ordenamiento para que su contrato sea calificado como de alta dirección.»

Veintiuno. El apartado 2 del artículo 38 queda redactado como sigue:

«2. El personal de alta dirección a que se refiere el apartado anterior estará sujeto al mismo régimen de incompatibilidades previsto en el artículo 15 de esta Ley, para los consejeros de la Corporación RTVE.»

Veintidós. El artículo 42 queda redactado como sigue:

«Artículo 42. Operaciones de fusión, escisión y extinción.

Las operaciones de fusión, escisión o extinción de la Corporación RTVE y cada una de las sociedades participadas, directa o indirectamente, de forma mayoritaria requerirán la previa autorización del Consejo de Ministros. Asimismo se requerirá dicha autorización previa para la disolución de las mismas por las causas enumeradas en los apartados 1, 3, 6 y 7 del artículo 260.1 del Real Decreto Legislativo 1564/1989, de 22 de diciembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades Anónimas.»

Disposición final tercera. Modificación de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de Financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.

La Ley 8/2009, de 28 de agosto, de Financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española, queda modificada en los siguientes términos:

Uno. El encabezamiento del apartado 1 del artículo 2 queda redactado como sigue:

«1. La Corporación RTVE se financiará con los siguientes recursos:»

Dos. El apartado 3 del artículo 4 queda redactado así:

«3. La Agencia Estatal de Radiocomunicaciones gestionará la tasa sobre reserva de dominio público radioeléctrico y la Dirección General del Tesoro y Política Financiera ordenará el pago del importe del porcentaje sobre el rendimiento de la

aludida tasa a la Corporación de Radio y Televisión Española, en la forma y plazos que reglamentariamente se determinen.»

Tres. El apartado 1 del artículo 7 queda redactado como sigue:

«1. La Corporación RTVE podrá obtener ingresos, sin subcotizar los precios de su actividad mercantil, por los servicios que preste y, en general, por el ejercicio de sus actividades, incluyendo la comercialización de sus contenidos, tanto de producción propia como de producción mixta o coproducción, siempre que los ingresos no procedan de actividades de publicidad o de televenta en cualquiera de sus formas, incluido el patrocinio y el intercambio publicitario de productos o programas, ni se trate de ingresos derivados del acceso condicional que no estén autorizados conforme a la presente Ley. No obstante, se permitirán los patrocinios y el intercambio publicitario de eventos deportivos y culturales, que se enmarquen dentro de la misión de servicio público de la Corporación, sin valor comercial y siempre que tengan este sistema como única posibilidad de difusión y producción.

Excepcionalmente podrán emitirse competiciones deportivas con contrato de patrocinio u otras formas comerciales cuando éstas formen parte indivisible de la adquisición de derechos y de la producción de la señal a difundir.

Asimismo, y en función de lo establecido en el artículo 9.1.k) de la presente Ley, la Corporación RTVE podrá aceptar patrocinios, siempre que éstos sólo sean difundidos a través de los canales internacionales de televisión.

Los ingresos derivados de lo establecido en los dos párrafos anteriores se minorarán de las compensaciones por el cumplimiento de las obligaciones de servicio público consignadas en los Presupuestos Generales del Estado.»

Cuatro. La disposición transitoria primera queda redactada como sigue:

«Disposición transitoria primera. Emisiones de publicidad, televenta y programas de acceso condicional.

1. A partir de la entrada en vigor de esta Ley la Corporación RTVE no podrá emitir publicidad, televenta y, en su caso, programas de acceso condicional, excepto en los supuestos a los que se refieren los apartados 3 y 5 del artículo 7 de esta Ley.

2. Sin embargo, cuando las emisiones de publicidad, televenta y programas de acceso condicional tengan su origen en contratos celebrados por la Corporación RTVE que se hayan perfeccionado con terceros en una fecha fehaciente anterior a la entrada en vigor de esta Ley, las actividades de publicidad, televenta y programación de acceso condicional se desarrollarán en los términos establecidos en los respectivos contratos, aunque sin que éstos puedan ser prorrogados en ningún caso.

3. Los ingresos derivados de lo establecido en el apartado anterior se minorarán de las compensaciones por el cumplimiento de las obligaciones de servicio público consignadas en los Presupuestos Generales del Estado.»

Disposición final cuarta. Mandato marco a la Corporación RTVE.

La aprobación de las modificaciones legales contempladas en las disposiciones finales segunda y tercera de esta Ley implica la adaptación o supresión de los artículos que se opongan a ellas del Mandato-marco a la Corporación RTVE aprobado por el Pleno del Congreso de los Diputados en su sesión del 11 de diciembre de 2007 y por el Pleno del Senado en su sesión del 12 de diciembre de 2007.

Disposición final quinta. Incorporación de derecho de la Unión Europea.

Mediante esta Ley se incorpora al ordenamiento español la 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.

Disposición final sexta. *Título competencial.*

La presente Ley se dicta al amparo de la competencia del Estado para dictar legislación básica del régimen de prensa, radio y televisión recogida en el artículo 149.1.27.^a de la Constitución, salvo los artículos 5.3, párrafo noveno, 11, 31 y el apartado 5 de la disposición transitoria segunda que se dictan al amparo de la competencia estatal exclusiva en materia de telecomunicaciones, prevista por el artículo 149.1.21.^a de la Constitución.

Las previsiones de esta Ley son de aplicación a todas las Comunidades Autónomas respetando, en todo caso, las competencias exclusivas y compartidas en materia de medios de comunicación y de autoorganización que les atribuyen los respectivos Estatutos de Autonomía.

Disposición final séptima. *Habilitación normativa.*

Se faculta al Gobierno a dictar cuantas disposiciones sean necesarias para el desarrollo de la presente Ley.

Disposición final octava. *Entrada en vigor.*

La presente Ley entrará en vigor en el plazo de un mes desde su publicación en el Boletín Oficial del Estado.

Por tanto,

Mando a todos los españoles, particulares y autoridades, que guarden y hagan guardar esta ley.

Palma, 31 de marzo de 2010.

JUAN CARLOS R.

El Presidente del Gobierno,
JOSÉ LUIS RODRÍGUEZ ZAPATERO

Este texto consolidado no tiene valor jurídico.
Más información en info@boe.es