

# LA NUEVA DIRECTIVA DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

ANÁLISIS Y COMENTARIOS

**DOCUMENTOS**





Asociación de Usuarios  
de la Comunicación

DOCUMENTOS AUC

OCTUBRE 2018

Autor

**Alejandro Perales Albert**

Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)

Ibiza, 72 ▪ 28009 Madrid  
Tel: 91 501 67 73

[auc@auc.es](mailto:auc@auc.es)  
[www.auc.es](http://www.auc.es)

# Índice

Introducción .....	4
Conceptos básicos .....	5
Competencia y jurisdicción .....	8
Fomento de la regulación voluntaria .....	11
Derechos generales de los usuarios y de los operadores .....	12
Protección de los menores .....	15
Accesibilidad .....	18
Comunicaciones comerciales .....	19
Cuotas de obra europea .....	24
Plataformas de intercambio de videos .....	26
Autoridades y organismos reguladores .....	28

## Introducción

El 2 de octubre de 2018 el Parlamento Europeo aprobó en primera lectura su posición sobre la modificación de la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual), habida cuenta de la evolución de las realidades del mercado.

El documento se ha aprobado a partir de la propuesta inicial de la Comisión Europea, y tras su paso por el Comité de las Regiones y por el Comité Económico y Social Europeo (en cuyo dictamen tuvimos ocasión de participar desde AUC).

El texto de la nueva Directiva ha de pasar de nuevo por la Comisión para ser ratificado y proceder a su publicación. Posteriormente, cada Estado miembro deberá incorporar a su ordenamiento jurídico una ley que recoja los principios de esta Directiva, teniendo en cuenta que se trata de una norma de mínimos y que los países podrán adoptar normas más estrictas para la mayoría de sus aspectos.

En los considerandos de la nueva Directiva, se hace referencia a los enormes cambios experimentados por el mercado de los servicios de comunicación audiovisual desde la Directiva inicial del 89, debido principalmente a la convergencia entre la televisión e internet. Aunque se reconoce que el consumo televisivo lineal, y los contenidos televisivos tradicionales, siguen dominando el tiempo de visionado, los hábitos de este visionado, especialmente entre los más jóvenes, han cambiado significativamente: servicios a petición, otras pantallas (dispositivos portátiles), nuevos formatos (videos cortos, contenidos generados por los usuarios), etc.

La nueva Directiva pretende, en ese sentido, acercar el marco jurídico a la realidad del nuevo mercado de las comunicaciones electrónicas, logrando un equilibrio entre el acceso a los contenidos, la competencia en el mercado audiovisual y la protección de los consumidores y usuarios.

El considerando 60 indica que se pretende garantizar el pleno respeto de los derechos a la libertad de expresión, a la libertad de empresa y a la tutela judicial efectiva, y promover la aplicación de los derechos del niño consagrados en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea. Y el considerando 61 que cualquier medida adoptada por los Estados miembros debe respetar la libertad de expresión e información y el pluralismo de los medios de comunicación, así como la diversidad cultural y lingüística, de conformidad con la Convención de la Unesco sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales.

## Conceptos básicos

Una primera reflexión, que ya se planteó con motivo de la reforma de 2007 que se consolidó en el texto codificado de 2010, es determinar a qué denominamos **servicio de comunicación audiovisual**. De acuerdo con el artículo 1.1.a se entiende como un servicio (tal y como lo definen los artículos 56 y 57 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea<sup>1</sup>) de comunicación audiovisual aquél:

- Que se presta a través de redes de comunicaciones electrónicas, en el sentido del artículo 2.a) de la Directiva 2002/21/CE de 7 de marzo de 2002, relativa a un marco regulador común de las redes y los servicios de comunicaciones electrónicas<sup>2</sup>.
- Que se concreta en una emisión de radiodifusión televisiva, bien lineal, bien a petición o no lineal.
- Cuyo responsable editorial (en el caso de los programas) es un prestador de servicios de comunicación.

---

<sup>1</sup> **CAPÍTULO 3. SERVICIOS**

*Artículo 56*

*En el marco de las disposiciones siguientes, quedarán prohibidas las restricciones a la libre prestación de servicios dentro de la Unión para los nacionales de los Estados miembros establecidos en un Estado miembro que no sea el del destinatario de la prestación.*

*El Parlamento Europeo y el Consejo, con arreglo al procedimiento legislativo ordinario, podrán extender el beneficio de las disposiciones del presente capítulo a los prestadores de servicios que sean nacionales de un tercer Estado y se hallen establecidos dentro de la Unión.*

*Artículo 57*

*Con arreglo a los Tratados, se considerarán como servicios las prestaciones realizadas normalmente a cambio de una remuneración, en la medida en que no se rijan por las disposiciones relativas a la libre circulación de mercancías, capitales y personas.*

*Los servicios comprenderán, en particular:*

- a) actividades de carácter industrial;*
- b) actividades de carácter mercantil;*
- c) actividades artesanales;*
- d) actividades propias de las profesiones liberales.*

*Sin perjuicio de las disposiciones del capítulo relativo al derecho de establecimiento, el prestador de un servicio podrá, con objeto de realizar dicha prestación, ejercer temporalmente su actividad en el Estado miembro donde se lleve a cabo la prestación, en las mismas condiciones que imponga ese Estado a sus propios nacionales.*

<sup>2</sup> a) *red de comunicaciones electrónicas: los sistemas de transmisión y, cuando proceda, los equipos de conmutación o encaminamiento y demás recursos que permitan el transporte de señales mediante cables, ondas hertzianas, medios ópticos u otros medios electromagnéticos con inclusión de las redes de satélites, redes terrestres fijas (de conmutación de circuitos y de paquetes, incluido Internet) y móviles, sistemas de tendido eléctrico, en la medida en que se utilicen para la transmisión de señales, redes utilizadas para la radiodifusión sonora y televisiva y redes de televisión por cable, con independencia del tipo de información transportada;*

- Cuya finalidad principal o propia de una de sus partes dissociables es informar, entretener o educar al público en general.

Señala en este sentido el considerando 3 que la Directiva de 2010 “debe seguir siendo aplicable a aquellos servicios cuyo objeto principal es suministrar programas con el fin de informar, entretener o educar” o en los que al menos esa actividad, aun no siendo la principal, sea dissociable de la principal.

Se incluye una nueva letra 1.1.a bis con una nueva definición, hasta ahora no recogida en la Directiva: la de **servicio de intercambio de videos a través de plataforma o plataforma de intercambio de videos**. Este servicio se caracteriza porque su finalidad principal o funcionalidad esencial, o la de una de sus partes dissociables, consiste en ofrecer al público en general programas, videos generados por los usuarios o ambas cosas, sobre los que el prestador de la plataforma no tiene responsabilidad editorial, con objeto de informar, entretener o educar a través de redes de comunicaciones electrónicas tal y como se definen en el artículo 2.a de la Directiva 2002/21/CE y cuya organización determina con algoritmos matemáticos, en particular mediante la presentación, el etiquetado y la secuenciación.

En consonancia con lo anterior, se incluye también un apartado 1.1.d bis en el que se considera **prestador de plataforma de intercambio de vídeos** a la persona física o jurídica que presta un servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma.

En los considerandos, que, como se sabe, no tienen valor normativo, pero contribuyen a la interpretación adecuada de la parte dispositiva de la Directiva, se justifica la ampliación de su objeto y regulación a los servicios de intercambio de videos a través de plataformas con un interés comercial “a fin de proteger a los menores de contenidos nocivos y a todos los ciudadanos de la incitación al odio, la violencia y el terrorismo” (considerando 4). Lo mismo ocurre (considerando 5) en el caso de aquellos servicios de medios sociales cuya oferta de programas y videos generados por los usuarios constituya una “funcionalidad esencial” de dichos servicios, criterio que podrá aclararse debidamente mediante publicación por parte de la Comisión de directrices sobre la misma, teniendo debidamente en cuenta los objetivos de interés público general y el derecho a la libertad de expresión.

De acuerdo con la nueva redacción del artículo 1.1.b, se considera **programa** un conjunto de imágenes en movimiento, con o sin sonido, que constituye un elemento unitario, con independencia de su duración, dentro de un horario de programación o de un catálogo elaborado por un prestador de servicios de comunicación, incluidos los largometrajes, los vídeos cortos, las manifestaciones deportivas, las comedias de situación, los documentales, los programas infantiles y las obras de teatro originales. Cuando ese programa es elaborado por los ciudadanos y subido a una plataforma de intercambio de videos, por ellos o por otros, nos encontramos ante **videos generados por los usuarios**, según el 1.1.b bis.

Un nuevo apartado 1.1.b ter define como **decisión editorial** la que se adopta periódicamente con el fin de ejercer la responsabilidad editorial, y que está vinculada a la gestión diaria del servicio de comunicación audiovisual.

Atendiendo a estas nuevas definiciones, se reformulan también las de **comunicación comercial audiovisual** (1.1.h), **patrocinio** (1.1.k) y **emplazamiento de producto** (1.1.m), con el fin de dar cabida a los conceptos de plataforma de intercambio de videos y/o de videos generados por los usuarios.

## Competencia y jurisdicción

Se mantienen los criterios del texto vigente de la Directiva (apartados 1, 2 y 3.a del artículo 2) para considerar que un prestador está **establecido en un Estado miembro**. Pero se modifica el apartado b del artículo 2.3, señalando que, asimismo, el prestador se considera establecido en el Estado miembro en que trabaje una parte significativa del personal que realiza la actividad de programación del servicio de comunicación audiovisual. Se señala también que si esa parte significativa se da en más de un Estado miembro, se considerará establecido en aquél en el que tenga su sede central. Y si esa parte significativa no trabaja en ninguno de esos Estados miembros, entonces se considerará establecido en el Estado miembro en el que inició por primera vez su actividad, siempre que mantenga un vínculo estable y efectivo con la economía de ese Estado.

Además, se incluyen en este artículo 2 dos nuevos apartados 5 bis, 5 ter y 5 quater, según los cuales:

- Se encomienda a los Estados miembros velar por que los prestadores de servicios de comunicación informen a las autoridades u organismos reguladores nacionales competentes cualquier cambio que pueda afectar a la determinación de la jurisdicción aplicable.
- Se les encomienda también establecer y mantener actualizada una lista de los prestadores de servicios de comunicación sujetos a su jurisdicción, indicando los criterios en los que basa su jurisdicción. Comunicarán esas listas a la Comisión, que velará por que estén disponibles en una base de datos centralizada y por la coherencia de su información.
- En caso de desacuerdo entre Estados sobre cuál tiene jurisdicción, someterán el asunto a la Comisión, sin dilaciones indebidas. Ésta podrá solicitar al Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA) un informe sobre el asunto. El ERGA emitirá tal informe en un plazo de quince días hábiles.

En el artículo 3.2 se recogen los supuestos en los cuales los Estados miembros pueden, con carácter provisional, **obstaculizar las retransmisiones en su territorio** de los servicios de comunicación audiovisual procedentes de otros Estados. La modificación propuesta para el mismo establece un procedimiento más detallado para tal actuación. De modo similar, se contempla la infracción manifiesta, seria y grave de lo dispuesto en los artículos 6.1.a y 6 bis.1, a los que más adelante nos referiremos, contra la incitación al odio o la protección de los menores (no se menciona ya el artículo 27, que se suprime). Pero también, y ello es

novedad, cuando el contenido vaya en detrimento, o presente un riesgo serio y grave de ir en detrimento, de la salud pública.

Por lo demás, según este artículo, los Estados miembros sólo podrán ejercer esa potestad de obstaculización de contenidos provenientes de otros Estados cuando se cumplan las siguientes condiciones:

- Reiteración de las anteriores infracciones al menos en dos ocasiones en los 12 meses anteriores.
- Existencia de notificación previa por escrito al prestador de servicios de comunicación, al Estado miembro que tiene jurisdicción sobre dicho prestador y a la Comisión, sobre las infracciones alegadas y las medidas proporcionadas que tiene intención de adoptar en caso de que se vuelva a cometer una infracción similar.
- Que el Estado miembro haya respetado el derecho de defensa del prestador y le haya dado la oportunidad de expresarse sobre las infracciones alegadas.
- Ausencia de un arreglo amistoso en un plazo de un mes a partir de la notificación.

Se contempla que en un plazo de tres meses a partir de la notificación y previa solicitud de informe al ERGA, la Comisión adopte una decisión sobre la compatibilidad de las medidas con el derecho de la Unión. En caso contrario, se pedirá al Estado miembro la finalización urgente de la aplicación de dichas medidas.

Cuando los incumplimientos afecten a la seguridad pública y a la defensa nacional se dota de mayor capacidad a los Estados (una infracción en los últimos doce meses). También se prevén actuaciones de urgencia como máximo un mes después de haberse producido la infracción.

A la hora de evaluar, caso por caso, si un servicio de comunicación audiovisual a petición establecido en otro Estado miembro se dirige a una audiencia situada en su territorio, el considerando 38 aclara que un Estado miembro debe remitirse a indicadores tales como la publicidad u otras promociones dirigidas específicamente a clientes de su territorio, la lengua principal del servicio o la existencia de contenidos o comunicaciones comerciales destinadas específicamente a la audiencia del Estado miembro de recepción.

Hay que tener en cuenta que la propuesta de modificación mantiene el carácter de la Directiva como “norma de mínimos”. Recuerda el considerando 10 que, de acuerdo con la jurisprudencia del TJUE, es posible restringir la libertad de prestación y recepción de servicio de comunicación audiovisual “por razones imperiosas de interés general, como alcanzar un nivel elevado de protección de los consumidores”. Por ello, salvaguardando la necesaria proporcionalidad, se entiende que un Estado miembro puede adoptar **normas más estrictas** de las que se incluyen en los ámbitos coordinados por la Directiva de 2010 (por ejemplo la publicidad de juegos de azar), “siempre que no se impidan las retransmisiones en su territorio de las emisiones de televisión de otro Estado miembro”.

En consonancia, el artículo 4.1 mantiene la referencia a la facultad de los Estados miembros de exigir a los prestadores de servicios de comunicación sujetos a su jurisdicción el

cumplimiento de reglas más estrictas o detalladas en los ámbitos coordinados por la Directiva, siempre y cuando dichas normas sean conformes al derecho de la Unión.

Cuando un Estado haya ejercido esa facultad y considere que un prestador sujeto a la jurisdicción de otro Estado, pero que ofrece un servicio de comunicación audiovisual dirigido total o parcialmente a su territorio incumple tales reglas, podrá pedir al Estado que tenga la jurisdicción cooperación con el fin de adoptar medidas encaminadas a lograr una solución “mutuamente satisfactoria”. En un plazo de dos meses el Estado miembro que tenga jurisdicción debe adoptar las medidas o justificar por qué no ha sido posible encontrar la solución (4.2).

La adopción de medidas está asociada al procedimiento garantista, muy reiterado en la norma, de la ya mencionada intervención del ERGA, así como de la información preceptiva al **Comité de Contacto**<sup>3</sup>, tal y como se contempla en éste y otros artículos.

La propuesta de modificación incluye un nuevo artículo 28 bis, según el cual el prestador de plataforma de intercambio de videos establecido en un Estado miembro está sujeto a la jurisdicción de dicho Estado. Aunque no esté establecido como tal, se considera que sí lo está cuando tenga una empresa matriz o filial en ese Estado miembro; forme parte de un grupo establecido. En caso de presencia en Estados miembros diferentes se considerará establecido en el que se inició su actividad siempre que mantenga una relación estable y efectiva con la economía de ese Estado.

---

<sup>3</sup> Se mantiene el artículo 29, referido ahora a autoridades y organismos de los Estados miembros, sobre la composición y funciones del Comité de Contacto, en el que participan representantes de las autoridades competentes de dichos estados.

## Fomento de la regulación voluntaria

El fomento de la regulación voluntaria adquiere importante carta de naturaleza en esta modificación de la Directiva, siempre que se prevean los medios para su aplicación efectiva (considerando 12) y se entienda como complementaria a la normativa para la aplicación de ciertas disposiciones, sin sustituir al poder legislativo (considerando 13). Se contemplan los dos modelos básicos en los que se concreta la regulación voluntaria: la **autorregulación** (“un tipo de iniciativa voluntaria que permite a los operadores económicos, interlocutores sociales, organizaciones no gubernamentales y asociaciones en general, adoptar directrices entre sí y para sí”) y la **corregulación** (que proporciona “un vínculo jurídico” entre los agentes mencionados y las autoridades u organismos reguladores).

Además de lo ya señalado por la Directiva en su texto vigente sobre la regulación voluntaria (corregulación o autorregulación), promoviendo su existencia en la medida permitida por los ordenamientos jurídicos de los Estados miembros, la propuesta de modificación incluye un artículo 4 bis en cuyo apartado 1 se señala que éstos animarán a que se use la corregulación y se promueva la autorregulación mediante códigos de conducta adoptados a nivel nacional, los cuales deberán cumplir una serie de requisitos:

- Gozar de amplia aceptación entre los interesados.
- Exponer de manera clara e inequívoca sus objetivos.
- Prever un seguimiento y evaluación periódicos, transparentes e independientes de la consecución de los objetivos perseguidos.
- Garantizar su aplicación efectiva, incluyendo sanciones efectivas y proporcionadas.

El apartado 2 de este artículo contempla también la posibilidad de fomentar **códigos de conducta de la Unión**, con la participación de los prestadores de servicios (de comunicación y de intercambio de videos) y de sus organizaciones, cooperando “en caso necesario”, con otros interesados como la industria, el comercio, las asociaciones profesionales y las organizaciones de consumidores y usuarios. La Comisión y los Estados facilitarán la elaboración de estos códigos de conducta “cuando proceda”, de conformidad con los principios de subsidiariedad y proporcionalidad.

El apartado 3 establece la cautela de que, si un código de conducta demuestra no ser suficientemente eficaz, los Estados miembros podrán procurar la aplicación de sus principios mediante la exigencia de normas más detalladas o estrictas que las contempladas en la Directiva.

## Derechos generales de los usuarios y de los operadores

El considerando 25 de la propuesta de modificación reconoce la facultad de los Estados miembros para imponer obligaciones respecto de la adecuada **prominencia de los contenidos de interés general** (pluralismo de los medios de comunicación, libertad de expresión, diversidad cultural), si bien con objetivos claramente definidos (considerando 25).

El artículo 6 mantiene todo lo relativo a la prohibición para los servicios de comunicación audiovisual de incitación al odio, por razón de raza, sexo, religión o nacionalidad. Además, se refiere a la prohibición de incitación a la violencia o al odio “dirigido contra un grupo de personas o miembro de un grupo”, así como a la “provocación pública a la comisión de un delito de terrorismo”.

Estas medidas, englobadas de modo general en el **respeto y protección a la dignidad humana**, deberán ser necesarias y proporcionadas y respetar los derechos de asociados a la libertad de expresión.

La modificación de la Directiva incluye en el artículo 7 dos apartados bis y ter dedicados a la potestad (en el primer caso) y a la obligación (en el segundo) de adoptar medidas para garantizar “la adecuada prominencia de los servicios de comunicación audiovisual de interés general” y “que los servicios de comunicación audiovisual no sean objeto de superposiciones con fines comerciales ni de modificaciones sin el consentimiento expreso de los prestadores”. Ello implica una posterior especificación normativa en relación con la salvaguardia de los intereses legítimos de los usuarios y de los prestadores de servicios de comunicación que inicialmente prestaban los servicios de comunicación audiovisual.

El considerando 15 recoge el derecho del usuario a acceder a la **información de los prestadores de servicio de comunicación audiovisual** sobre la estructura de propiedad, en la medida en la que la transparencia de esa propiedad “está directamente vinculada a la libertad de expresión, piedra angular de los sistemas democráticos”. Del mismo modo (considerando 16), se reconoce el interés legítimo de los ciudadanos en saber quién es el responsable del contenido que se difunde a través de dichos servicios “en especial (por) su incidencia en las opiniones de las personas”.

Se mantiene el tenor del artículo 5 de la Directiva, ahora como apartado 1, con la obligación de los prestadores de informar a la ciudadanía (a los receptores) de una serie de datos básicos sobre ellos: nombre, dirección, órgano regulador competente. La propuesta de modificación incluye también información sobre el Estado miembro que tenga jurisdicción

sobre el proveedor y las autoridades u organismos reguladores o los organismos supervisores competentes.

Un nuevo apartado 2 contempla la posibilidad de que los Estados miembros adopten disposiciones legislativas que establezcan además la obligación de los prestadores de facilitar información relativa a su estructura de propiedad, “incluidos los titulares reales” y respetando siempre los derechos fundamentales (como la intimidad personal y familiar) y adoptando medidas necesarias y proporcionadas al objetivo de interés general.

Se mantiene también el artículo 28 relativo al **derecho de réplica** en la radiodifusión televisiva.

La nueva Directiva trata también de una forma más detallada la denominada **alfabetización mediática** que, según el considerando 59, abarca las competencias, los conocimientos y las capacidades de comprensión que permiten a los ciudadanos utilizar con eficacia y los medios, accediendo a la información y creando contenidos mediáticos de un modo responsable y seguro.

La alfabetización mediática no se limita al aprendizaje de herramientas y tecnologías, sino que también debe tener el fin de aportar a los ciudadanos el pensamiento crítico necesario para discernir, analizar realidades complejas y reconocer la diferencia entre opiniones y hechos. Por consiguiente, es necesario que tanto los prestadores de servicios de comunicación como los prestadores de plataformas de intercambio de vídeos, en cooperación con todas las partes interesadas, promuevan su desarrollo en todos los sectores de la sociedad para los ciudadanos de todas las edades y para todos los medios.

En consonancia con lo anterior, el artículo 33 bis señala que los Estados miembros promoverán y tomarán medidas para el desarrollo de las capacidades de alfabetización mediática, comprometiéndose a informar a la Comisión de sus resultados y ésta, previa consulta al Comité de contacto, a emitir orientaciones sobre el ámbito de esos informes.

Por otro lado, el considerando 62 indica que el derecho a acceder a los **programas de actualidad política** resulta esencial para proteger la libertad fundamental de recibir información y garantizar una protección completa y adecuada de los intereses de los espectadores de la Unión. Dada la creciente importancia de los servicios de comunicación audiovisual para las sociedades y la democracia, la radiodifusión de noticiarios políticos debería ofrecerse, en la mayor medida posible, y sin perjuicio de la normativa sobre derechos de autor, con carácter transfronterizo en la Unión.

Se pretende asimismo garantizar la **integridad de los programas y servicios de comunicación audiovisual**. De acuerdo con el considerando 26, a fin de proteger la responsabilidad editorial de los prestadores de servicios de comunicación y la cadena de valor añadido audiovisual, los programas y servicios de comunicación audiovisual no deben transmitirse con recortes, alteraciones, interrupciones ni superposiciones con fines comerciales sin el consentimiento explícito del prestador de servicios de comunicación, salvo en los casos de servicios de comunicaciones individuales; o cuando se trate de difundir

información de interés público, los subtítulos o las comunicaciones comerciales del prestador, o de la compresión de datos.

## Protección de los menores

La protección de los menores es uno de los fundamentos de la regulación del panorama audiovisual que establece la Directiva. El considerando 19 de la modificación propuesta considera necesario, en este sentido, que los prestadores del servicio de comunicación faciliten a los espectadores información suficiente acerca de los **contenidos que puedan perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de dichos menores**. A modo de ejemplo, se hace referencia a la advertencia acústica, a la utilización de símbolos visuales y a un sistema de descriptores de contenidos. Aspecto este último muy importante, en la medida en la que el **etiquetado de contenidos y servicios** en el ámbito audiovisual está siendo ya, y va a ser en el futuro, la clave para el empoderamiento de los usuarios y la protección efectiva de los menores. La utilización de descriptores temáticos, que complemente la calificación tradicional por edades entronca además con las experiencias que ya vienen implementándose en diferentes países a partir de los modelos desarrollados en el ámbito de los videojuegos y que se extienden también de modo incipiente a internet.

Como hemos indicado, la modificación de la Directiva contempla que las medidas ya establecidas en la norma vigente para la protección de los menores se extiendan de la radiodifusión televisiva convencional o lineal a los servicios a petición. Se busca en esta área una armonización mínima que permita a los Estados miembros adoptar medidas más estrictas o un mayor grado de protección ante los contenidos perjudiciales, extremando las precauciones con sistemas como el cifrado o el control parental eficaz en el caso de los contenidos más nocivos (considerando 20). Llama la atención esta referencia al “control parental eficaz”, que no debería considerarse una medida especialmente estricta, sino una garantía de mínimos para la protección de los menores ante cualquier contenido.

Además (considerando 21), la nueva Directiva hace hincapié en la protección de los menores en el tratamiento de sus datos personales por parte de los prestadores. Se afirma taxativamente que deberán establecerse mecanismos para evitar la utilización con fines comerciales de los datos personales de los menores.

En la parte dispositiva, la protección de los menores se reubica en un nuevo artículo 6 bis, según el cual los Estados miembros deben garantizar que aquellos contenidos que puedan perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de dichos menores, sean difundidos por los prestadores de un modo que garantice que no podrán ser vistos ni oídos por ellos. Se especifican algunas medidas para conseguirlo como la elección de la hora de emisión, la utilización de “instrumentos de verificación de la edad” u otras medidas técnicas.

Se indica que los contenidos más nocivos, como la violencia gratuita o la pornografía, estarán sujetos a medidas “más estrictas”, aunque sin especificar las mismas ni aclarar si,

como ocurre en la actualidad, tales contenidos quedan prohibidos en el ámbito de la difusión lineal y se permiten sólo en la difusión a petición. Precisamente el vigente artículo 27, que se suprime con la nueva Directiva de modificación, dejaba clara en sus apartados 1 y 2 de este artículo queda clara la prohibición de emisión de programas que puedan perjudicar seriamente al desarrollo físico, mental o moral de los menores, en particular escenas de pornografía o de violencia gratuita, algo que, como decimos, en la propuesta de modificación se formula de un modo más ambiguo. También queda claro en el apartado 3 del artículo 27 la obligación de incluir una advertencia acústica o una identificación visual durante todo el tiempo de emisión de los programas para adultos cuando se emitan sin codificar, algo que de nuevo se ve formulado de un modo ambiguo con la propuesta de modificación.

En su apartado 2, el artículo 6 bis introduce la ya mencionada protección de los datos personales de los menores, recogidos o generados de otro modo por los prestadores. Se indica que estos datos no podrán ser tratados con fines comerciales, como mercadotecnia directa, la elaboración de perfiles o la publicidad personalizada basada en el comportamiento.

El resto de apartados de este artículo señalan:

- La obligación de facilitar información suficiente a los espectadores sobre los contenidos que puedan perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores.
- Para conseguir lo anterior, utilización de un sistema que describa la naturaleza potencialmente perjudicial del contenido de un servicio de comunicación audiovisual.
- Animar por parte de los Estados miembros al uso de la corregulación.
- Promoción del intercambio de mejores prácticas en materia de códigos de conducta para la corregulación.
- Fomento de la autorregulación mediante los códigos de conducta de la Unión.

El texto vigente dedica al artículo 12 a las medidas que deben adoptar los Estados miembros, en relación a los servicios de comunicación audiovisual a petición, con el fin de garantizar que los menores no accedan normalmente a contenidos que puedan dañar gravemente su desarrollo físico, mental o moral, garantizando que dichos menores no verán ni escucharán dichos servicios. La propuesta de modificación elimina el artículo 12, recogiendo su contenido en las disposiciones generales sobre los servicios de comunicación audiovisual.

Sí se incluye un nuevo artículo 28 ter referido a las medidas que deben adoptar los prestadores de plataformas de intercambio de videos (incluyendo programas, videos generados por los usuarios y comunicaciones comerciales audiovisuales) para proteger a los menores y al público en general. El Estado de jurisdicción ha de velar por el cumplimiento de esas medidas.

En todo caso, se diferencia el nivel de obligación de los prestadores para las comunicaciones comerciales audiovisuales comercializadas, vendidas u organizadas por dichos prestadores de las que no lo sean, teniendo en cuenta el control limitado que ejercen dichas plataformas en este segundo caso. Sí se establece que los prestadores deben informar claramente a los usuarios cuando los contenidos contengan comunicaciones comerciales, y siempre que tengan conocimiento de ese hecho. También en este caso se plantea usar la corregulación y fomentar la autorregulación mediante códigos de conducta en el caso de productos para los que se desaconseja un ingesta excesiva en la dieta general.

Se explicita que las medidas a adoptar deben ser viables y proporcionadas atendiendo a los beneficios que se pretenden obtener y a los perjuicios que pueden ocasionar entre los prestadores. También que dichas medidas no derivarán en control previo ni filtrado de contenidos que no se ajusten a lo señalado en la Directiva 2010/31/CE (artículo 15). Pero sí que los contenidos más nocivos estarán sujetos a medidas más estrictas de control de acceso, recogidas en las cláusulas y condiciones de servicio; disponer de una funcionalidad para que los usuarios declaren que suban videos declaren si contienen comunicaciones comerciales; establecer mecanismos transparentes y de fácil uso que permitan a los usuarios notificar contenidos inadecuados; establecer sistemas para que los prestadores informen a los usuarios del curso seguido por dichas notificaciones; establecer y verificar sistemas de la edad; establecer sistemas de fácil uso que permitan a los usuarios de las plataformas calificar los contenidos; facilitar sistemas de control parental controlados por el usuario final; establecer sistemas eficaces y de fácil uso para el tratamiento y resolución de las reclamaciones de los usuarios; facilitar medidas y herramientas eficaces de alfabetización mediática e informar de su existencia.

Del mismo modo, se especifica para los datos recogidos por los prestadores de plataformas de intercambio de videos que no podrán ser tratados con fines comerciales. Y se anima al uso de la corregulación pudiendo en todo caso los Estados miembros imponer a estos prestadores de plataformas de intercambio de videos medidas más detalladas y estrictas.

Con respecto a la resolución de conflictos, además del fomento de la autorregulación, se contempla que los Estados velen por la existencia de mecanismos extrajudiciales imparciales, que no priven al usuario de protección jurídica y de su recurso a los tribunales.

## Accesibilidad

También ha incluido finalmente la nueva Directiva referencias a la accesibilidad por parte de las personas con discapacidad, aunque inicialmente se pretendía eliminar del articulado este aspecto y dejarlo circunscrito a su normativa específica.

Se promueve el deber de garantizar por parte de los Estados miembros el fomento activo de la accesibilidad a través de un proceso progresivo y continuo, sin obviar sus dificultades prácticas, con criterios que permitan medir periódicamente los avances realizados por los prestadores (considerando 22). Se adelanta que las medidas contempladas en la Directiva (**lenguaje de signos, subtítulo escrito y hablado, audiodescripción**) pueden verse complementadas por otras iniciativas que armonicen otros aspectos como la accesibilidad de los sitios web, de las aplicaciones en línea o de las guías electrónicas de programas (considerando 23). Y se indica que la información de emergencia ha de hacerse pública a través de servicios de comunicación audiovisual, aunque en algunos casos excepcionales no sea posible comunicar dicha información de emergencia de forma accesible a las personas con discapacidad (considerando 24).

El vigente artículo 7 se modifica y amplía, señalándose la obligación de los Estados miembros de garantizar por parte de los prestadores la mejora, continua y progresiva de su accesibilidad para las personas con discapacidad, mediante medidas proporcionadas (apartado 1).

También la obligación de informar acerca de la aplicación de las medidas tasando temporalmente dicha aplicación, animando al desarrollo de planes de accesibilidad y facilitando la información y la consulta por parte del público y, en especial, de las personas con discapacidad. A ello se añade la accesibilidad en el caso de informaciones de emergencia (apartados 2 a 5).

## Comunicaciones comerciales

Las comunicaciones comerciales son otro de los grandes apartados de la regulación contemplada en la Directiva.

Se mantiene el apartado 1 del artículo 9, según el cual se prohíben las comunicaciones comerciales audiovisuales encubiertas, subliminales, de tabaco y similares, de tratamientos médicos con receta, que puedan producir perjuicio moral o físico a los menores, que inciten directamente a éstos a la compra o a persuadir a terceros para la compra, que exploten su confianza en terceros o los muestren en situaciones peligrosas, que atenten contra la dignidad humana, que fomenten la discriminación, los comportamientos nocivos para la salud o para el medioambiente.

Por lo que respecta a las **bebidas alcohólicas**, se mantiene su limitación como en el texto vigente aplicado a los anuncios publicitarios (publicidad y televenta) tanto para la radiodifusión televisiva lineal como a petición, pero no a otras comunicaciones comerciales que son parte integrante de un programa como el patrocinio y el emplazamiento de producto. Estos criterios valen (considerando 27). También se contempla el uso de códigos de conducta de autorregulación y corregulación para reducir efectivamente la exposición de los menores a esas comunicaciones comerciales, acompañando éstas con mensajes sobre consumo responsable (considerando 29)<sup>4</sup>.

En consonancia con lo anterior, se incluye un apartado 2 en el artículo 9 sobre las comunicaciones comerciales relativas a las bebidas alcohólicas en servicios de comunicación audiovisual a petición, señalando que deberán cumplir con los criterios establecidos para su publicidad, salvo en el caso del patrocinio y el emplazamiento de producto.

También se incluye un apartado 3 indicando que los Estados miembros animarán a que se use la corregulación y se fomente la autorregulación mediante códigos de conducta en relación a las comunicaciones comerciales audiovisuales inadecuadas de bebidas alcohólicas, con el objetivo de reducir eficazmente la exposición de los menores a las mismas.

Las comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas no deberán dirigirse específicamente a menores ni fomentar el consumo inmoderado, manteniéndose las limitaciones al argumentario en la publicidad y televenta de bebidas alcohólicas recogida en el artículo 22<sup>5</sup>.

<sup>4</sup> Algo similar se plantea para los juegos de azar (considerando 30) y para la protección de los consumidores o de la salud pública (considerando 31).

<sup>5</sup> Artículo 22

La publicidad televisada y la televenta de bebidas alcohólicas deberán respetar los criterios siguientes:

Consideramos desde AUC que, aun evitando aplicar al alcohol una prohibición publicitaria y promocional *in extenso* como en el caso de los cigarrillos y demás productos del tabaco, sí requeriría de una mayor restricción, de modo que la emisión de todo tipo de formatos publicitarios y promocionales relativos a las bebidas alcohólicas no sólo no pudieran estar dirigidas a menores, sino además evitar el acceso de éstos a dichos mensajes. Por ejemplo, prohibiendo las comunicaciones comerciales de bebidas alcohólicas fuera de los horarios de protección infantil, o permitiendo su difusión asociada únicamente a la programación de adultos.

Se mantiene (como apartado 4 del artículo 9) la llamada a impulsar por parte de los Estados miembros de códigos de conducta en relación con las comunicaciones comerciales audiovisuales inadecuadas, que acompañen o se incluyan en programas infantiles, de alimentos y bebidas que contengan **nutrientes y sustancias con un efecto nutricional o fisiológico, en particular grasas, ácidos grasos trans, sal o sodio y azúcares**, de los cuales se desaconseja una ingesta excesiva en la dieta general. Se especifica que esos códigos, fruto del uso de la correulación y de la autorregulación, tendrán por objeto reducir eficazmente la exposición de los niños a esas comunicaciones comerciales, procurando que no destaquen las cualidades positivas de sus aspectos nutricionales.

La propuesta de modificación, finalmente, ha eliminado la referencia a los contenidos que acompañan no ya “a los programas infantiles”, sino a los “programas con una importante audiencia infantil”, opción que defendimos desde AUC y desde otras organizaciones en su respuesta a la consulta pública. Se trataba de poner el foco no en la oferta programática sino precisamente en el menor, cuyo consumo audiovisual no se limita a los contenidos considerados infantiles, y en muchos casos ni siquiera es mayoritario en relación a esos contenidos.

La propuesta de modificación justifica (considerandos 32 y 41) una **mayor flexibilidad para la emisión de comunicaciones comerciales**, apelando a la evolución del mercado de la radiodifusión televisiva y al objetivo de maximizar la demanda de los anunciantes y el flujo de espectadores. Se señala que los espectadores cuentan con más libertad de elección y pueden pasar fácilmente a otras ofertas alternativas, aunque también se afirma que es necesario mantener un nivel suficiente de protección de los consumidores, dado que un grado de flexibilidad mayor podría exponer a los espectadores a una publicidad excesiva en las horas de mayor audiencia, por lo que se deben aplicar límites específicos en los tramos horarios comprendidos entre las 06.00 y las 18.00 y entre las 18.00 y las 24.00 (véanse también los considerandos 42 y 43). Como luego se verá, a pesar de la intención manifestada en el considerando, ese efecto es el que posiblemente se derivará de la nueva regulación.

- 
- a) no podrá estar dirigida específicamente a los menores ni, en particular, presentar a menores consumiendo dichas bebidas;
  - b) no deberá asociar el consumo de alcohol a una mejora del rendimiento físico o a la conducción de vehículos;
  - c) no deberá dar la impresión de que el consumo de alcohol contribuye al éxito social o sexual;
  - d) no deberá sugerir que las bebidas alcohólicas tienen propiedades terapéuticas o un efecto estimulante o sedante o que constituyen un medio para resolver conflictos;
  - e) no deberá estimular el consumo inmoderado de bebidas alcohólicas u ofrecer una imagen negativa de la abstinencia o de la sobriedad;
  - f) no deberá subrayar como cualidad positiva de las bebidas su alto contenido alcohólico.

La regulación del **patrocinio** se mantiene en parámetros muy similares a los del texto actualmente vigente (artículo 10): no puede afectar a la independencia editorial del prestador del servicio de comunicación; no debe incitar directamente a la compra o arrendamiento de bienes o servicios, en particular, mediante referencias de promoción concretas a dichos bienes o servicios; debe estar claramente identificados como patrocinio. Las empresas cuya actividad principal sea la fabricación o venta de cigarrillos u otros productos del tabaco (incluidos ahora cigarrillos electrónicos y sus envases de recarga) no pueden ser patrocinadores. Las empresas cuya actividad incluya la fabricación o venta de medicamentos y tratamientos médicos pueden promocionar el nombre o la imagen de la empresa, pero no medicamentos específicos o tratamientos médicos que solo puedan obtenerse por prescripción facultativa. No se pueden patrocinar noticiarios ni programas informativos de actualidad, y los Estados miembros pueden optar por prohibir que se muestre el logotipo de un patrocinador en programas infantiles, documentales y programas religiosos.

En cuanto al **emplazamiento de producto**, se considera que a liberalización operada en la vigente Directiva “no ha aportado el esperado despegue de esta forma de comunicación comercial audiovisual”, por lo que debe pasarse de prohibirla con excepciones a permitirla con excepciones. En todos los servicios de comunicación audiovisual y plataformas de intercambio de vídeos. Sólo queda vedada para los programas de noticias y actualidad, los programas de asuntos del consumidor, los programas religiosos o los programas infantiles (considerandos 33 y 34)<sup>6</sup>.

Se considera que la actual regulación ha impedido el La prohibición general de emplazamiento de producto da paso a un permiso general para la utilización de esta modalidad de comunicación comercial en todos los servicios de comunicación audiovisual y plataformas de intercambio de videos, con determinadas excepciones (considerando 33) como los programas de noticias y actualidad, los referidos al consumo, los religiosos o los infantiles.

Además (artículo 11), se mantiene que el emplazamiento no puede influir en la responsabilidad e independencia editorial, ni en el contenido ni en la difusión (en parrilla o en catálogo); no debe incitar a la compra o arrendamiento, en particular mediante referencia de promoción concreta; no ha de dar prominencia indebida a los productos; y se tiene que informará claramente de su existencia mediante una identificación adecuada al principio y al final del programa, así como en su reanudación tras las pausas publicitarias, al menos en el caso de programas encargados o producidos por el prestador o por una empresa filial.

---

<sup>6</sup> En particular el considerando 34 señala: “está demostrado que el emplazamiento de producto y la publicidad incorporada pueden afectar al comportamiento de los niños, ya que estos a menudo no son capaces de reconocer los contenidos comerciales. Por consiguiente, es necesario mantener la prohibición del emplazamiento de producto en programas infantiles. Los programas de asuntos del consumidor ofrecen asesoramiento a los espectadores o incluyen análisis sobre la compra de productos y servicios. Permitir el emplazamiento de producto en dichos programas desdibujaría la distinción entre publicidad y contenido editorial de cara a los espectadores que pueden esperar en dichos programas un análisis genuino y leal de los productos o servicios

Aunque en la modificación no se menciona expresamente, parece claro que se consideran emplazamiento los casos en que no se produce ningún pago, sino únicamente el suministro gratuito de determinados bienes o servicios, como las ayudas materiales a la producción o los premios, con miras a su inclusión en un programa.

Se aplica la misma prohibición que en el caso del patrocinio al emplazamiento de tabaco y similares, así como de medicamentos y tratamientos con receta.

Sigue siendo posible por tanto, como ya habíamos indicado, la posibilidad de emplazamiento de productos para las bebidas alcohólicas de cualquier graduación, siempre que se respete la normativa de cada Estado miembro. Reiteramos aquí (y también en el caso del patrocinio) lo señalado sobre la laxitud de la actual Directiva, y de la propuesta de modificación, en relación a las bebidas alcohólicas.

En materia de **limitaciones publicitarias** se mantiene lo señalado en los artículos 19 a 21 sobre anuncios y televenta, con la salvedad de una visión más comprensiva de los anuncios aislados en el caso de las retransmisiones de acontecimientos deportivos (artículo 19.2) y de la prohibición expresa de la televenta durante los programas infantiles (artículo 20.2): identificabilidad y diferenciación del contenido editorial y del resto de programas, sin afectar a su integridad; interrupciones permitidas en películas realizadas para la televisión, obras cinematográficas, programas informativos y programas infantiles; prohibición de la publicidad televisiva y de la televenta durante los servicios religiosos; prohibición de la televenta de medicamentos sujetos a una autorización de comercialización y de tratamientos médicos.

En cuanto al límite para el **tiempo de emisión de anuncios de publicidad y de televenta**, que en la actualidad es del 20% por hora de reloj, la propuesta de modificación es que no excederá del 20% global en los periodos de 06:00 a 18:00 horas y de 18:00 a 24:00 horas (artículo 23.1).

Es decir, el cómputo no se establece ya de forma horaria sino para el tiempo total de cada franja, lo que deja mayor discrecionalidad a los operadores para aumentar la saturación publicitaria en sus cadenas. Ello significa para AUC un claro retroceso en la contención de esa saturación publicitaria, y un perjuicio claro para los consumidores y usuarios.

En el apartado 2 de este artículo 23, se excepciona de los límites publicitarios no sólo a los anuncios del propio prestador (programas y productos accesorios), al patrocinio y al emplazamiento. También a los programas y servicios de comunicación audiovisual procedentes de otras entidades pertenecientes al mismo grupo de radiodifusión y a los marcos neutrales entre el contenido editorial y los anuncios de publicidad televisiva o de televenta, y entre los distintos anuncios, lo que permite aumentar la proporción permitida de contenidos promocionales (es decir, no programáticos).

Se mantiene la regulación de los **espacios de televenta** (artículo 24); la aplicación selectiva de la regulación a los **canales exclusivamente comerciales y promocionales** (artículo 25); la posibilidad de aplicar “condiciones distintas” de las fijadas en los mencionados artículos 20.2

y 23 a las emisiones de televisión exclusivamente nacionales (artículo 26), así como el artículo 28 referido al derecho de réplica.

## Cuotas de obra europea

La obligación legal de reserva para obras europeas se contempla, con la nueva Directiva, de una forma más clara para los prestadores de servicio a petición en sus catálogos. Además, se impone a los prestadores de servicio obligaciones financieras que garanticen unos niveles suficientes de inversión en obras europeas (considerandos 35 a 40).

De acuerdo con el considerando 35 debería promoverse el etiquetado de los metadatos de contenido audiovisual que permite calificar una obra como europea y la facilitación del acceso a dichas obras. Su prominencia puede garantizarse de formas diversas, como, por ejemplo, creando una sección dedicada a obras europeas en la web, la posibilidad de búsqueda de estas obras, su utilización en las campañas promover un porcentaje mínimo de obras europeas en el catálogo, etc.

Por su parte, según el considerando 39, cuando un Estado miembro imponga a los prestadores de servicios de comunicación contribuciones financieras, debe evitarse el riesgo de doble imposición, teniendo en cuenta las eventuales contribuciones financieras impuestas por los Estados miembros de recepción.

En su redacción actual, el artículo 13.1 prevé el fomento de la emisión de obras europeas por parte de los prestadores del servicio de comunicación audiovisual a petición, aunque en la medida en la que “sea factible”, sin que quede demasiado claro cuál es ese criterio de factibilidad. La contribución financiera a la producción y adquisición de derechos de obras europeas, o su prominencia en el catálogo de programas en los servicios a petición, es también potestativa.

Con la modificación propuesta, los prestadores de servicios de comunicación audiovisual a petición han de disponer de un porcentaje de al menos el 30% de obras europeas en sus catálogos, garantizando la prominencia de dichas obras.

Los Estados miembros deben velar por el cumplimiento de esa norma, señalándose también que cuando éstos exijan a los prestadores sujetos a su jurisdicción una contribución financiera para la producción de obras europeas, también podrán exigirlo a los prestadores establecidos en otro Estado pero que dirijan sus servicios a audiencias situadas en su territorio, proporcionadas y no discriminatorias (13.2) Queda claro que las contribuciones se basan exclusivamente en los ingresos obtenidos en los Estados miembros de recepción (artículo 13.3).

En los siguientes apartados (del 4 al 7) se señala que tres años después de la entrada en vigor de esta nueva Directiva, y posteriormente cada dos años, los Estados miembros informarán a la Comisión sobre la aplicación de estas normas. La Comisión, a su vez, informará al Parlamento y al Consejo “teniendo en cuenta la evolución del mercado, el desarrollo tecnológico y el objetivo de la diversidad cultural”. Se exceptiona de la aplicación, en el caso de prestadores que se dirigen a otros Estados cuando éstos cuentan con un bajo volumen de negocio o una baja audiencia, debiendo establecerse directrices relativas a su cálculo. También podrán establecerse excepciones cuando exigir dicha obligación sea impracticable o injustificable por la naturaleza del tema de los servicios de comunicación audiovisual.

Se mantiene el texto vigente en el caso de los artículos 14 y 15, referidos a los derechos de difusión de resúmenes informativos. También en el caso de los artículos 16, 17 y 18, sobre la difusión de contenidos informativos. Es decir, se sigue contemplando que los Estados miembros velarán, siempre que sea posible y con los medios adecuados, para que los organismos de radiodifusión televisiva no locales reserven para obras europeas, una proporción mayoritaria de su tiempo de difusión (con exclusión del tiempo dedicado a las informaciones, a manifestaciones deportivas, a juegos, a la publicidad, a los servicios de teletexto y a la televenta). También para que reserven, como mínimo, el 10 % de su tiempo de emisión (exceptuando el tiempo dedicado a la información, a manifestaciones deportivas, a juegos, a publicidad, a servicios de teletexto y a la televenta) o, alternativamente, al menos el 10 % de su presupuesto de programación, a obras europeas de productores independientes de los organismos de radiodifusión televisiva, reservando una proporción adecuada a obras recientes (cinco años después de su producción).

## Plataformas de intercambio de videos

Señala la Directiva en sus considerandos 46 a 49 que las comunicaciones comerciales de los servicios de intercambio de videos a través de plataforma ya contaban con regulación. Por ejemplo, en lo que se refiere a las prácticas comerciales desleales, al tabaco y a los cigarrillos electrónicos. Se trata ahora de extremar esa regulación teniendo en cuenta que, aunque una parte significativa de los contenidos de la plataforma no son de su responsabilidad editorial, sí debe exigírseles tomar medidas adecuadas para proteger a los menores y al público en general. Con la salvedad de su falta de responsabilidad en los contenidos como tales cuando sólo se encargan de la organización de sus contenidos, de su transmisión o de su almacenamiento automático. Podrán, en todo caso, los propios prestadores adoptar medidas más estrictas con carácter voluntario.

Además de lo ya señalado sobre el artículo 28 bis, la propuesta de modificación incluye también un nuevo artículo 28 ter, según el cual los prestadores deben garantizar la protección de los menores de los programas, los vídeos generados por los usuarios y las comunicaciones comerciales audiovisuales perjudiciales y de los ciudadanos en general ante contenidos que inciten a la violencia o al odio, o suponga una provocación para la comisión de un delito de terrorismo.

Los Estados miembros velarán para que los prestadores cumplan en lo que se refiere a las comunicaciones comerciales audiovisuales (artículo 9.1) que sean comercializadas, vendidas u organizadas por dichos prestadores. Para que tomen las medidas adecuadas para el cumplimiento en el caso de aquéllas que no lo sean, teniendo en cuenta en estos casos sus limitaciones de control. Y para que informen claramente a los usuarios cuando los programas y vídeos generados por usuarios contengan comunicaciones comerciales audiovisuales, siempre que tengan conocimiento de ese hecho.

Los Estados miembros animarán a que se use la corregulación y se fomente la autorregulación mediante códigos de conducta para reducir eficazmente la exposición de los niños a las comunicaciones comerciales audiovisuales relativas a alimentos y bebidas ya mencionados de los cuales se desaconseja una ingesta excesiva en la dieta general.

Las medidas a adoptar deberán ser adecuadas, viables y proporcionadas, teniendo en cuenta los derechos e intereses legítimos en juego, así como el interés público; entre ellas, disponer de una funcionalidad para que los usuarios que generen videos declaren si contienen comunicaciones comerciales; contar con un sistema de verificación de edad; permitir a los usuarios, notificar y calificar contenidos, y contar con un procedimiento de resolución de

reclamaciones. Y facilitar medidas y herramientas eficaces de alfabetización mediática para los usuarios.

También se indica que los datos de los menores recogidos o generados de otro modo por prestadores de plataformas de intercambio de vídeos no podrán ser tratados con fines comerciales, como, por ejemplo, mercadotecnia directa, elaboración de perfiles o publicidad personalizada basada en el comportamiento.

Los contenidos más nocivos estarán sujetos a las medidas más estrictas de control de acceso.

Los Estados miembros podrán imponer a los prestadores de plataformas de intercambio de vídeos medidas más detalladas o estrictas.

Hay una referencia al uso de la corregulación, al fomento de la autoregulación y de los códigos de conducta, a la existencia de mecanismos de resolución extrajudicial de litigios entre los usuarios y los prestadores sin menoscabo del recurso a los tribunales.

Finalmente, se indica que la Comisión instará a los prestadores de plataformas de intercambio de vídeos a que intercambien las mejores prácticas en materia de códigos de conducta para la corregulación a que se refiere el apartado 4.

## Autoridades y organismos reguladores

Aspecto importante también en la nueva Directiva es el papel de los reguladores audiovisuales. En los considerandos (del 53 al 58) se señala que las autoridades reguladoras han de ser jurídicamente distintas al Gobierno, aunque éste tenga un papel supervisor. Esto se considera esencial “para garantizar la imparcialidad” de las decisiones adoptadas por dichas autoridades. Deben contar también con potestades coercitivas y recursos necesarios para el desempeño de sus funciones, de carácter tanto técnico como financiero. Y deben garantizar también el respeto al pluralismo, a la diversidad cultural, a la protección de los consumidores, al correcto funcionamiento del mercado interior y a la competencia leal.

Sin entrar en modelos específicos, se contempla la posibilidad de que el modelo de autoridad reguladora sea convergente, incluyendo el sector audiovisual y de telecomunicaciones.

Más allá de la mera aplicación de la legislación, es esencial que las decisiones editoriales de los prestadores se mantengan al margen de toda interferencia o influencia de las autoridades u organismos reguladores, para salvaguardar su obligación de servir a los intereses de las personas, informar a la sociedad y configurar la opinión pública. Y, debe también existir la garantía de contar con procedimientos contradictorios.

Como parte de esa potenciación de los reguladores se contempla el fomento del ERGA como prestador de asesoramiento técnico, intercambio de mejores prácticas y emisor de informes no vinculantes.

El artículo 30 se refiere a la obligación de los Estados miembros de contar con una o más autoridades, u organismos reguladores, o ambos. Éstos deben ser:

- Jurídicamente distintos y funcionalmente independientes de los gobiernos o de cualquier otra entidad pública o privada, sin perjuicio de que puedan supervisar varios sectores distintos.
- Imparciales y transparentes a la hora de ejercer sus competencias, referidas a los objetivos de la Directiva y, en particular, al pluralismo de los medios de comunicación, la diversidad cultural y lingüística, la protección de los consumidores, la accesibilidad, la no discriminación, el correcto funcionamiento del mercado interior y la promoción de la competencia leal.

- Conformes al Derecho europeo y nacional, sin solicitar ni aceptar instrucciones de ningún otro organismo, y con competencias, facultades y medios de rendición de cuentas claramente definidas por la ley.
- Con recursos financieros y humanos y potestades coercitivas adecuados para desempeñar sus funciones con eficacia y contribuir a la labor del ERGA, con sus propios presupuestos anuales públicos.
- Con vías de recurso, como un tribunal, independiente de las partes, entendiendo que salvo medidas cautelares la decisión del tribunal u organismo es válida en tanto no se resuelva un recurso.

El nombramiento y cese de los responsables responderá a procedimientos transparentes y no discriminatorios, garantizando su independencia. Podrán ser cesados en caso de que dejen de cumplir las condiciones requeridas para el ejercicio de sus funciones, por decisión debidamente justificada, notificada y pública.

El artículo 30 bis se refiere al intercambio de información entre las autoridades y organismos reguladores y con la Comisión, así como los procedimientos de actuación transfronteriza.

El artículo 30 ter establece el Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA), integrado por representantes de esas autoridades u organismos o, en los casos en que no exista una autoridad reguladora nacional, por otros representantes elegidos a través de sus propios procedimientos.

Sus cometidos son:

- Asesorar y asistir a la Comisión en su labor de garantizar la aplicación coherente de la Directiva en todos los Estados miembros.
- Intercambiar experiencias y mejores prácticas, especialmente en lo relativo a la accesibilidad y a la alfabetización mediática.
- Cooperar y facilitar a sus miembros la información necesaria para la aplicación de la Directiva, en particular en lo que se refiere a la regulación de contenidos.
- Emitir informes, a petición de la Comisión, sobre e cualquier asunto relativo a los servicios de comunicación audiovisual, en particular la protección de los menores y la incitación al odio.

# DOCUMENTOS



Asociación de Usuarios  
de la Comunicación