

Al Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)

EUGENI SALLEN T I GARRIGA, com a president de l'Associació Catalana de Ràdio (ACR), amb domicili a Gran Via de les Corts Catalanes 630 4^a planta, 08007 Barcelona,

MANIFESTO:

Que he tingut coneixement de l'Acord 80/2010, de 7 d'abril, del Ple del CAC pel qual s'aprova el Projecte d'instrucció general sobre els límits a la presència de comunicacions comercials en el servei públic de ràdio a Catalunya i es regula que s'han de sotmetre a informació pública.

Que en la indicada representació, per Acord de la Junta Directiva de data 5 de maig de 2010, l'ACR formula, en el tràmit indicat, les següents

AL·LEGACIONS

PRIMERA. Improcedència del Projecte d'instrucció perquè contradiu el que estableix la Llei 22/2005 de comunicació audiovisual de Catalunya

La Instrucció s'elabora sobre la base de l'article 100.4 de la Llei que faculta el CAC a fixar "els límits a la presència de continguts publicitaris i de patrocini en el servei públic de ràdio".

És manifest que limitar, gramaticalment i jurídicament, vol dir posar límits,

reduir, disminuir, ajustar a la baixa la realitat i les circumstàncies existents en un moment donat.

Doncs bé, es dona la circumstància insalvable i paradoxal que “els límits temporals” que determina la Instrucció excedeixen i sobrepassen amb escreix la realitat existent; és a dir, depassen el temps que la radiodifusió pública catalana dedica a la publicitat o a comunicacions comercials des que es va crear i fins a l'actualitat (maig 2010).

No és de rebut que la Instrucció permeti uns límits de durada de temps (articles 13 i 14) molt superiors als que fins avui ha aplicat la radiodifusió pública catalana (autonòmica i local i, concretament, Catalunya Ràdio).

En efecte, la realitat dels últims 15 mesos de publicitat a Catalunya Ràdio indica que la mitjana d'ocupació per hora de l'hora ha estat de 3 minuts i 10 segons (comptabilitzant només les hores efectives diàries d'emissió de publicitat). En quinze mesos hi ha un únic cas a l'hora amb més publicitat (de 10 a 11 del matí) amb sis minuts de mitjana. Per a la resta del dia entre 2, 3 i 4 minuts. Pel que fa a la mitjana per dia, és de 61 minuts.

Tot el que s'ha exposat fins ara ens permet afirmar que, en cas que prosperi la regulació prevista en el Projecte d'instrucció, s'incorreria en un clar supòsit de nul·litat de ple dret, ja que es va més enllà dels límits que fixa l'article 100.4 de la Llei 22/05, i per tant es contradiu el que estableix aquesta norma de rang superior.

SEGONA. Tècnica normativa deficient

El Projecte d'instrucció incorre en un clar abús de generalitats, vaguetats i conceptes indeterminats que generen inseguretat i, consegüentment, indefensió.

A títol d'exemple assenyalem:

- art. 3.g: “publicitat subliminal”.

- art. 6.1: “missions específiques del servei públic”.

- art. 8.1.c; g (“contingut essencialment polític”); k (“comportament nociu per al mediambient”) i l (“comportament nociu per a la seguretat”).

- art. 9.a; b; c; d i e. Supòsits tots ells que generen incertesa i possible arbitrarietat.

TERCERA. El Projecte d'instrucció deixa fora del seu àmbit d'aplicació les emissores públiques concessionàries del servei públic

En efecte, l'article 3.a inclou exclusivament, en la definició de servei públic, “la prestació en règim de gestió directa”, per la qual cosa els ens públics i els seus ens instrumentals (Consorci COM Ràdio), que presten el servei en règim de gestió indirecta, quedarien exclosos de l'àmbit d'aplicació de la Instrucció.

Tot això queda acreditat a la Resolució del Conseller de la Presidència (PRE/3315/2006) de 17 d'octubre de 2006 (DOGC núm. 4745), que destina 22 freqüències a les entitats locals previstes en el Pla Tècnic Nacional per adjudicar-les mitjançant concessió; és a dir, per gestió indirecta.

QUARTA – Regulació deficient de l'exempció del còmput.

En aquest punt, la confusió arrenca de l'article 14.1, ja que no defineix amb claredat i precisió què s'entén per “missatge publicitari de servei públic i de caràcter benèfic”. Aquesta circumstància pot donar lloc a tot tipus d'excessos; a més, l'article conclou amb el règim d'autorització tàcita per a l'exempció atorgada als municipis de menys de 10.000 habitants (article 14.3), que pràcticament no tenen limitacions de durada de temps.

CINQUENA. Remissió improcedent i incongruent a la legislació estatal pel que fa al règim sancionador

En la mesura que la legislació estatal, Llei 7/2010 general de comunicació audiovisual, no conté un règim jurídic i disciplinari específic per a la publicitat en la radiodifusió pública, es fa necessari concloure que és inoperant fer una remissió que els articles 15 i 16 del Projecte fan a dita Llei, la qual no preveu infraccions ni sancions per a les comunicacions comercials o per a la publicitat mitjançant la radiodifusió pública. És a dir, es tracta d'una remissió al NO-RES, que genera inevitablement una situació d'impunitat per als serveis de radiodifusió pública que incompleixin la Llei catalana i la Instrucció.

SISENA. Limitació sorprenent a la revisió de la Instrucció

La disposició addicional del Projecte, en efecte, habilita el CAC a revisar la Instrucció “als dos anys de la seva entrada en vigor”, la qual cosa no deixa de cridar l'atenció.

És obvi que si es té en compte que la Instrucció és un reglament, aquest pot ser modificat o revisat, tantes vegades com calgui i es consideri oportú, per normes del mateix rang o de rang superior que siguin posteriors en el temps, sense limitacions temporals.

SETENA. - El Projecte d'instrucció va contracorrent i desdiu l'entorn normatiu estatal i comunitari

No és necessari que ens parem a demostrar que no està permesa la publicitat en la radiodifusió pública estatal espanyola i que aquesta és la línia, clarament tendencial, que segueixen els països de la Unió Europea (cas de França). Tan és així, que no ha estat mai qüestionada la minva de servei públic que puguin estar prestant tots els canals de RNE després de dècades de prestar aquest servei sense publicitat. No hi ha correlació directa entre servei públic i publicitat. Així mateix, corporacions europees emblemàtiques de radiodifusió pública, com la BBC, paradigma tan d'independència com de servei públic, mai no han

admès publicitat. És a dir, la tendència a l'entorn europeu és o bé de no presència de publicitat des de la fundació del servei públic de ràdio o bé restricció i limitació o desaparició efectiva de la seva presència.

VUITENA. L'excés d'oferta de radiodifusió pública, autonòmica i local, a Catalunya suposa un cost desorbitat per al sector públic i una competència deslleial per al sector privat

Catalunya constitueix l'únic cas d'Europa en què cada nivell d'Administració (autonòmica, provincial, comarcal, local i consorciada) disposa de la seva pròpia emissora o cadena de ràdio. Les conseqüències són:

- Catalunya Ràdio rep 40 milions d'euros de la Generalitat.

- COM Ràdio rep 12 milions d'euros de la Diputació de Barcelona.

- A les xifres anteriors s'ha d'afegir el cost que suposa per als ajuntaments el fet que hi hagi més de 200 emissores de ràdio municipals. En el cas dels municipis amb un nombre d'habitants més elevat, els pressuposts habituals dedicats al servei públic de la radiodifusió no són inferiors a 500 mil euros.

D'aquestes dades es desprèn que les ràdios públiques, doblement finançades, estan rebent més de 60 milions d'euros de fons públics per a una facturació estimada d'uns 14 milions d'euros en conjunt (11 de Catalunya Ràdio, 1 de COM i 2 de la resta de les emissores municipals).

Per estimar el cost que suposa per a la ciutadania el sosteniment de tota l'estructura de ràdio pública, cal afegir-hi el pressupost d'explotació de les emissores a Catalunya del grup RNE.

- El cost total d'explotació de Catalunya Ràdio (51 milions d'euros l'any 2009), amb una plantilla de 420 persones, és una càrrega financera que no es correspon amb el "servei públic" que es presta. El mateix es pot dir de COM Ràdio, RNE, R4 o les emissores municipals, moltes de les quals estan

connectades tot el dia amb COM Ràdio o emeten fórmules musicals comercials.

- Les subvencions de més de 60 milions d'euros que reben les emissores públiques que venen publicitat, situen especialment Catalunya Ràdio, però també tota la resta de cadenes i emissores, en una situació de competència deslleial respecte de les cadenes i emissores privades concurrents en els mercats respectius.

NOVENA. El Projecte d'instrucció pot acabar estrangulant el sector privat de la ràdio a Catalunya a causa de la competència deslleial

Sobre la base de les dades reflectides en l'apartat anterior, és obligat concloure el pes majoritari del sector públic al mercat publicitari català; per posar un exemple, l'any 2009 ha representat una tercera part del mercat.

S'afegeix al panorama anterior el fet que les campanyes institucionals (Generalitat de Catalunya i altres institucions) estan sobreponderades en la ràdio pública i, consegüentment, es converteixen en una nova via de "finançament".

DÈCIMA. En conclusió, s'imposa la supressió de tota forma de publicitat a les emissores públiques

A les consideracions anteriors se suma el greu dèficit de gestió al principal operador públic de Catalunya (Catalunya Ràdio). Així ho demostren alguns indicadors:

- a. Despeses explotació: 51,2M€
- b. Personal: 420 contractats laborals
- c. Cost mitjà x empleat: 60.000€
- d. Despeses explotació/oient: 84.6

Cal afegir, també, que es donen casos clarament de dúmping: la no correspondència entre finançament públic i prestació de servei públic,

juntament amb el finançament per publicitat, provoca la posada al mercat de tarifes de preus sense límit inferior.

Per la qual cosa,

SOL·LICITO: Que el Ple del CAC procedeixi al sobreseïment i arxiu del Projecte d'instrucció general sobre els límits a la presència de comunicacions comercials en el servei públic de ràdio a Catalunya, ara sotmès a informació pública, tota vegada que, per les raons dites, procedeix la supressió de qualsevol forma de publicitat a les emissores públiques.