

RESPUESTA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE CATALUÑA AL CUESTIONARIO SOBRE LA REVISIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN EUROPEA SOBRE LA APLICACIÓN DE LAS NORMAS EN MATERIA DE AYUDAS ESTATALES A LOS MEDIOS PÚBLICOS DE RADIODIFUSIÓN

1.- Introducción.

El modelo constitucional de descentralización y de reparto vertical de competencias ha dado lugar, en el caso español, a un régimen jurídico particular en materia de regulación de los medios audiovisuales. Este marco se caracteriza, esencialmente, por la atribución a favor del Estado central de la competencia para establecer las normas básicas en el ámbito de los medios de comunicación, correspondiendo a las comunidades autónomas (regiones) la capacidad de dictar una amplia legislación de desarrollo en la materia, así como de dotarse de los organismos más adecuados para su aplicación.

En el caso concreto de Cataluña, y de acuerdo con lo previsto en su Estatuto de Autonomía, el legislador ha previsto la existencia de una autoridad administrativa independiente de regulación de la comunicación audiovisual (Ley del Parlamento de Cataluña 2/2000, de 4 de mayo, de creación del Consejo Audiovisual de Cataluña), así como ha establecido, dentro del marco de la normativa básica correspondiente, un régimen jurídico general de la comunicación audiovisual (Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña). Asimismo, es necesario advertir que Cataluña dispone, desde el año 1983, de una corporación pública a la que se le ha encomendado la prestación del servicio público de radio y televisión, y más recientemente (a partir de la ya citada Ley de la comunicación audiovisual) y de modo más amplio, la prestación del denominado servicio público de comunicación audiovisual. Ello sin perjuicio, asimismo, de la existencia de un buen número de prestadores públicos locales de radio y televisión. Esta corporación (actualmente denominada Corporación Catalana de Medios Audiovisuales) ha tenido atribuidas, desde su primera ley de creación, un conjunto de misiones de servicio público comparables a las de los prestadores de ámbito nacional de otros Estados miembros, incluyéndose en ellas, de forma particular, la relativa a la promoción, el conocimiento y la difusión de la lengua catalana en tanto que lengua oficial en esta parte del territorio español.

Sobre la base de estos elementos, el Consejo Audiovisual de Cataluña expresa su punto de vista con relación a algunos de los aspectos incluidos en el cuestionario sobre la revisión de la Comunicación de la Comisión sobre la aplicación de las normas en materia de ayudas estatales a los servicios públicos de radiodifusión. Concretamente, el Consejo se centrará en las cuestiones que se plantean en los puntos 2.2 (definición de la misión de servicio público) y 2.3 (misión encomendada y supervisión), sin perjuicio de que alguna de las observaciones y comentarios pueda también hacer referencia a problemáticas y materias que aparecen en otros puntos del cuestionario.

2.- Definición de la misión de servicio público.

La definición de la misión de servicio público se lleva a cabo de forma bastante pormenorizada por parte del legislador catalán en el marco de la Ley de la comunicación audiovisual, y ha sido reiterada, por remisión, en el marco de la reciente Ley 11/2007, de 11 de octubre, de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA, en adelante).

Según se ha apuntado ya anteriormente, el servicio público que presta la CCMA se califica de forma amplia como servicio público de comunicación audiovisual y se define por la ley como aquel conjunto de programas, contenidos y servicios audiovisuales que se orienta a la creación de las condiciones necesarias para la plena eficacia de los derechos fundamentales a la libertad de expresión y de información, así como para facilitar la participación de los ciudadanos en la vida política, económica, cultural y social. A partir de aquí, el artículo 26.3 de la Ley de la comunicación audiovisual establece un amplio y detallado elenco de misiones específicas de servicio público (hasta 16 misiones) entre las que se incluyen tales como la transmisión de una información veraz, objetiva y equilibrada, respetuosa con el pluralismo político, social y cultural, así como con el equilibrio territorial; la difusión de la actividad del Parlamento, de los grupos parlamentarios, de las organizaciones políticas y sociales y de los agentes sociales de Cataluña; la promoción, el conocimiento y la difusión de la lengua y cultura catalanas y de la lengua occitana; la promoción activa de la convivencia cívica, el desarrollo plural y democrático de la sociedad, el conocimiento y respeto de las diversas opciones y manifestaciones políticas, sociales, lingüísticas, culturales y religiosas presentes en el

territorio de Cataluña; la promoción activa de la igualdad entre hombres y mujeres; o la contribución al desarrollo de las industrias culturales catalanas, especialmente las audiovisuales, así como la promoción de la creación audiovisual y nuevas formas de expresión¹. Por consiguiente, el legislador lleva a cabo un esfuerzo para identificar los

¹ Expresadas *in extenso*, estas misiones son: “a) El impulso del conocimiento y el respeto de los valores y los principios contenidos en la Constitución española, el Estatuto de autonomía, el derecho comunitario originario y los tratados internacionales. b) La transmisión de una información veraz, objetiva y equilibrada, respetuosa con el pluralismo político, social y cultural, y también con el equilibrio territorial. c) La difusión de la actividad del Parlamento, de los grupos parlamentarios, de las organizaciones políticas y sociales y de los agentes sociales de Cataluña. d) La garantía de la máxima continuidad en la prestación del servicio y de la plena cobertura del conjunto del territorio. De una forma particular, la garantía del acceso de todos los ciudadanos a las diferentes prestaciones integrantes, en cada momento, del servicio público de comunicación audiovisual. e) La garantía de que las personas con discapacidad puedan acceder de una forma efectiva a todos los contenidos emitidos. f) La promoción, el conocimiento y la difusión de la lengua y la cultura catalanas, dentro del marco general de la política lingüística y cultural de la Generalidad, así como del aranés en los términos establecidos por la legislación vigente. g) La promoción activa de la convivencia cívica, el desarrollo plural y democrático de la sociedad, el conocimiento y el respeto a las distintas opciones y manifestaciones políticas, sociales, lingüísticas, culturales y religiosas presentes en el territorio de Cataluña. En este contexto es necesario el uso de todos los lenguajes, formatos y discursos que dentro del respeto y la atención a la diversidad y el pluralismo, permitan el diálogo, la comprensión y la cohesión entre las distintas opciones, y entre las distintas áreas del territorio de Cataluña. h) La promoción activa de la igualdad entre hombres y mujeres, que incluye la igualdad de trato y de oportunidades, el respeto a la diversidad y a la diferencia, la integración de la perspectiva de género, el fomento de acciones positivas y el uso de un lenguaje no sexista. i) El refuerzo de la identidad nacional como un proceso integrador, en constante evolución y abierto a la diversidad. j) El suministro de contenidos y servicios audiovisuales dirigidos a los sectores más amplios y diversos de la audiencia, con una atención especial a los colectivos más vulnerables, promoviendo el conocimiento, la influencia y el prestigio del servicio público dentro del marco general del espacio catalán de comunicación audiovisual. k) La definición, la aplicación y el impulso, dentro del espacio catalán de comunicación audiovisual, de un modelo de comunicación basado en la calidad, la diversidad en la oferta, el fomento de la innovación, el respeto de los derechos de los consumidores y la exigencia ética y profesional. l) La facilitación del acceso de los ciudadanos de Cataluña a la formación, la difusión, el conocimiento y la divulgación máximos de los principales acontecimientos políticos, sociales, económicos, científicos y deportivos de la sociedad de Cataluña y sus raíces históricas, preservando de una forma especial la memoria histórica y el patrimonio de sus testigos, y la promoción de las expresiones y manifestaciones culturales más diversas, particularmente de las vinculadas al uso de los medios audiovisuales. m) La contribución a estrechar los vínculos, mediante la cooperación y las actividades que le son propias, con el resto de comunidades de lengua y cultura catalanas. n) La contribución al desarrollo de las industrias culturales catalanas, especialmente las audiovisuales, la promoción de la creación audiovisual y de nuevas formas de expresión en este ámbito. o) La difusión del servicio público de comunicación audiovisual de la Generalidad más allá del territorio de Cataluña como mecanismo de proyección exterior de la cultura, la lengua y los valores de la sociedad catalana mediante la utilización de las tecnologías más adecuadas a tales efectos. p) La contribución al desarrollo de la sociedad del conocimiento utilizando las distintas tecnologías y vías de difusión y los servicios interactivos, desarrollando nuevos servicios y favoreciendo el acercamiento de la administración pública a los ciudadanos.”

valores y principios que deben constituir el eje central de las misiones de servicio público que deben ser llevadas a cabo por parte de la CCMA.

Según nuestro parecer, una enumeración, por parte del legislador nacional, y con un cierto grado de detalle, de las misiones de servicio público, proporciona un marco útil y necesario para la correcta y necesaria determinación del ámbito de responsabilidades de los medios públicos de radiodifusión, en la medida en que se encuentra establecido por la instancia que reúne el máximo nivel de representación democrática de la ciudadanía. Asimismo, creemos también que estas misiones deben ser formuladas de tal forma que exista un cierto margen para su desarrollo y adaptación a las necesidades específicas de comunicación de los ciudadanos, diversas y seguramente cambiantes, que pueden surgir durante el periodo de vigencia de la ley. Dicho de otra forma, la definición de los objetivos específicos de servicio público (y sobre la base de los cuales deberán identificarse las correspondientes necesidades en términos de financiación) debe hacerse en el marco de las misiones generales definidas por el legislador, pero a través de un procedimiento y en un entorno más ágil, flexible y adaptable que el del ejercicio de potestades legislativas. Creemos pues que la incorporación de mecanismos tales como las cartas de servicio, convenciones o la modalidad del contrato-programa constituyen un complemento necesario a la tarea propia del Parlamento consistente establecer, mediante un procedimiento más o menos rígido y con pretensión de cierta permanencia, los ejes básicos de la misión de servicio público en el ámbito de la comunicación audiovisual.

El legislador catalán, concretamente, ha previsto la figura del contrato-programa como aquel instrumento que fija los objetivos a cumplir por parte del prestador del servicio público, y sobre la base de los cuales va establecerse, plurianualmente, de forma transparente y proporcionada, y sobre la base de las distintas actividades e ingresos previstos, un marco estable de financiación. Este contrato-programa, según se explicará posteriormente, es negociado y firmado por parte del Gobierno regional y la CCMA.

Según se ha advertido ya, el servicio público se mueve, por definición del legislador, dentro de un ámbito más amplio que la radio y la televisión, abarcando de forma genérica los servicios de comunicación audiovisual. En este sentido, es oportuno señalar que el legislador catalán se adelantó, a finales de 2005, a las previsiones que con posterioridad serían incorporadas a la nueva Directiva sobre servicios audiovisuales, en particular en lo

que se refiere a la ampliación de su ámbito de aplicación. Así, dentro de la categoría de servicios audiovisuales, y por ello, incluidos dentro del ámbito de la responsabilidad prestacional de la CCMA, la Ley de la comunicación audiovisual incluye ya (artículo 1) tanto los servicios tradicionales de radio y televisión (servicios secuenciales) como aquellos servicios que consisten predominantemente en la puesta a disposición del público de contenidos audiovisuales organizados de forma no secuencial (es decir, los contenidos bajo demanda). Cuestión distinta, y seguramente más compleja, es la relativa a la inclusión, dentro de las actividades a través de las cuales se da cumplimiento a las correspondientes misiones y objetivos de servicio público, de otras modalidades de comunicación u otros servicios (de forma particular, servicios de la sociedad de la información), los cuales no se encuentran comprendidos dentro del concepto de comunicación audiovisual, incluso en su versión ampliada. En este sentido, el legislador catalán apunta a este tipo de servicios cuando señala la posibilidad de que, adicionalmente, pueda suministrarse a los ciudadanos *contenidos* que requieran para su acceso un determinado nivel de interactividad. La decisión de ofrecer este tipo de servicios se delega en el contrato-programa correspondiente, quien debe establecer el alcance y los términos en que serán prestados, y siempre y cuando dicha prestación se oriente al cumplimiento de las misiones de servicio público legalmente previstas (artículo 27.2 de la Ley de la comunicación audiovisual y artículo 2 de la Ley de la CCMA).

Por consiguiente, creemos, en primer lugar, que una futura Comunicación de la Comisión en la materia que nos ocupa debe tomar como punto de partida el texto de la nueva Directiva sobre servicios audiovisuales e incluir dentro del ámbito *normal* de actividad de los servicios públicos de radiodifusión el suministro de programas de acuerdo con la nueva definición que de los mismos se establece en el artículo 1.b) de dicha norma, pasando igualmente aquéllos a identificarse con la nueva denominación de servicios públicos de comunicación o de medios audiovisuales. De tal modo en definitiva que, sin perjuicio de las decisiones específicas que puedan adoptarse en este terreno en cada uno de los Estados miembros, sea utilizada también en el ámbito de las ayudas públicas esta novedosa noción transversal de servicios públicos de comunicación audiovisual, la cual puede acoger no sólo los servicios tradicionales de carácter secuencial, sino también todos aquellos programas que forman parte del ámbito de aplicación de la Directiva. Hay que remarcar, en este sentido, que la propia Directiva justifica la ampliación de su ámbito de aplicación en la gran proximidad existente, en especial desde el punto de vista de la forma

de acceso y el contenido, entre ciertos programas suministrados bajo demanda y la radiodifusión tradicional, así como, de forma particular, en la importante dimensión cultural y democrática que presentan, en términos generales, todos los servicios audiovisuales que presentan un carácter de *mass media*, es decir, que cumplen con funciones de formación, información y entretenimiento del público en general.

Por otra parte, no podemos desconocer tampoco que la prestación de los servicios públicos de comunicación audiovisual se va a ver directamente afectada por el proceso de convergencia tecnológica que ha devenido una realidad cada vez más patente. Según es conocido, este proceso incide también de modo especial en el ámbito de los medios de comunicación. Siendo más concretos, una de las consecuencias más destacables de la convergencia consistirá en el hecho de que los terminales utilizados hasta ahora para recibir, de modo casi exclusivo, servicios de radiodifusión (por ejemplo, los receptores de televisión) o más ampliamente, servicios de comunicación audiovisual, permitirán igualmente el acceso a otro tipo de servicios, particularmente servicios de la sociedad de la información; y por otra parte, también sucederá que determinados contenidos que hasta el momento sólo podían consumirse a través de terminales de televisión serán ahora accesibles desde otro tipo de receptores. En buena parte de estos supuestos el hecho de no tratarse de servicios de comunicación audiovisual de acuerdo con la definición que de ellos hace la nueva Directiva, no va a impedir que estemos, igualmente, ante servicios que pueden satisfacer las necesidades democráticas, culturales y sociales de los ciudadanos, dada su capacidad de incidencia en la esfera pública (por ejemplo, los servicios que se ofertan a través de la página web de un determinado prestador público).

En definitiva, creemos que el suministro, por parte de los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual, de servicios –públicos- *adicionales* orientados a complementar e incluso a crear determinadas sinergias con relación a los servicios que constituyen el núcleo duro de sus atribuciones, va a convertirse en una realidad cada vez más presente (pensemos por ejemplo en la utilización de la página web del prestador correspondiente para permitir la participación de los ciudadanos en determinados programas de debate, incluso a través de vídeos de elaboración propia de éstos, o bien el caso concreto y reciente de la oferta de contenidos por parte de la BBC británica a través del denominado *iPlayer*). Es cierto, sin embargo, que la prestación de estos servicios de carácter adicional bajo una dinámica propia de servicio público y por ello, en buena parte

de supuestos, de gratuidad (hay que recordar aquí que en nuestro caso, el artículo 22.2 de la Ley de la CCMA, el cual establece que todos los servicios que tengan carácter de servicio público se prestarán de forma gratuita) o previo pago de un precio *público* o subvencionado, puede afectar especialmente a las condiciones de implementación y desarrollo, en el seno del mercado, de servicios equivalentes, en especial cuando se trate de nuevos servicios. Por consiguiente, entendemos que en este tipo de supuestos puede resultar razonable y proporcionado el establecimiento de alguna modalidad de evaluación previa a la efectiva implantación del servicio, y que dicha exigencia pueda contenerse ya en el marco de la futura Comunicación de la Comisión. En cualquier caso, esta evaluación debería ponderar de forma equilibrada tanto la contribución y la relevancia del nuevo servicio a implantar, en el marco del cumplimiento de las correspondientes misiones de servicio público, como las posibles distorsiones que ello puede comportar con relación a la competencia y a los incentivos para la inversión privada y la oferta de nuevos servicios. Asimismo, en lo que se refiere a los aspectos procedimentales y sustantivos de esta evaluación, creemos que la Comunicación debería fijar sólo una serie de criterios generales sin predeterminar excesivamente la capacidad de decisión de los Estados miembros en esta materia. En cualquier caso, creemos que la elaboración de la correspondiente carta de servicio o contrato-programa puede constituir un marco especialmente idóneo para llevar a cabo aquélla.

Por otra parte, en lo que se refiere a los servicios de comunicación audiovisual comprendidos dentro del ámbito de la nueva Directiva, entendemos que la distinción entre servicios lineales *tradicionales* y servicios no lineales, de carácter más novedoso, mantiene ciertamente relevancia. Hay que insistir, sin embargo, en que la nueva norma europea sitúa a los segundos dentro de la naturaleza y el ámbito regulatorio propio de la comunicación audiovisual de masas. Por consiguiente, los servicios no lineales deberán en principio situarse dentro del núcleo duro de actividades y responsabilidades propias de los medios públicos audiovisuales. Dicho esto, hay que reconocer que se trata de servicios que sólo de un modo incipiente (al menos, en el caso español) empiezan a incorporarse a la oferta de prestadores de servicios audiovisuales y/o titulares de plataformas de distribución como el cable o el satélite. Por consiguiente, creemos que la implantación *ex novo* de este tipo de servicios por parte de los correspondientes prestadores públicos debería ver igualmente requerida la realización de una cierta evaluación previa, conducente a verificar, de modo adecuado y proporcionado, que la oferta de este tipo de

programas se dirige directamente a facilitar y a garantizar a los ciudadanos el efectivo acceso a contenidos de servicio público vinculados al cumplimiento de las misiones encomendadas. En cualquier caso, es muy importante remarcar, y como no podría ser de otro modo, que dicha evaluación *ex ante* sólo resulta procedente en aquellos supuestos en los que la oferta no se lleve a cabo como modalidad de actividad comercial complementaria y sujeta por ello a las reglas propias del mercado y la competencia (y sin beneficiarse por ello de ningún tipo de compensación o ayuda pública), sino dentro del ámbito propio del cumplimiento de las misiones de servicio público.

Finalmente, procede también hacer algunas consideraciones en lo que se refiere a las actividades comerciales susceptibles de ser llevadas a cabo por parte de los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual. Creemos, en este sentido, que a pesar de que puedan identificarse algunas modalidades de actividad que por su naturaleza tengan carácter comercial (por ejemplo, la intervención en el mercado publicitario), no resultaría procedente basar la distinción entre actividades de servicio público y actividades comerciales en la elaboración de un listado tasado. Según el parecer del Consejo, y siguiendo aquí la solución adoptada en este terreno también por la legislación audiovisual catalana, la identificación de las actividades que caen fuera del ámbito de la prestación del servicio público debe partir, *a sensu contrario*, del margen de discrecionalidad del que disponen los Estados miembros para definir el alcance de las actividades de servicio público, y en todo caso llevarse a cabo preferentemente sobre la base de criterios de orden general y atendiendo igualmente a criterios finalistas.

En este sentido, el artículo 31 de la Ley de la comunicación audiovisual y el artículo 21 de la Ley de la CCMA establecen, en primer lugar, la posibilidad de obtener ingresos comerciales a través del mercado publicitario (dentro de los márgenes y los límites que establezca el contrato-programa); en segundo lugar, la posibilidad de comercializar programas elaborados y originariamente difundidos en cumplimiento de las misiones y objetivos de servicio público correspondientes (siempre y cuando los ingresos obtenidos se destinen a la financiación de la prestación del servicio público); y en tercer lugar, la prestación de servicios de comunicación audiovisual y servicios de la sociedad de la información, al margen de las misiones de servicio público encomendadas, esto es, en régimen de libre competencia. En este último supuesto, el legislador establece tres condiciones básicas: a) que la prestación de estos servicios se encuentre de algún modo

vinculada a los ámbitos de actividad y especialización de la corporación pública, b) que se oriente a dar a conocer y difundir la imagen de la CCMA como prestador de servicios de comunicación audiovisual de calidad, y c) que se trate de actividades que permitan obtener mecanismos adicionales de financiación de la prestación del servicio público. Como es evidente, los ingresos obtenidos por la realización de estas actividades comerciales en régimen de mercado es objeto de contabilidad separada, en régimen de transparencia.

En consecuencia, creemos, en primer lugar, que la distinción entre actividades de servicio público y actividades desarrolladas en régimen de libre competencia por parte de los radiodifusores públicos constituye un elemento importante en el marco de la formulación de los criterios que rigen la aplicación de las normas en materia de ayudas estatales dentro del ámbito de la radiodifusión pública. En segundo lugar, también nos parece recomendable la enunciación de determinados criterios para la correcta identificación y delimitación de estas actividades. Teniendo en cuenta, en todo caso, las dificultades que plantea la elaboración de una lista en la que se pudieran enunciar aquellas actividades que *per se* tendrían naturaleza comercial; y siendo pues preferible la articulación de una serie de criterios o parámetros de carácter más general y finalista como los que han venido siendo referidos. En cualquier caso, lo que constituye el núcleo definitorio central de estas actividades es la sujeción de las mismas a las reglas de la libre competencia, de tal modo que no pueda establecerse un vínculo directo entre su realización y la obtención de alguna modalidad de compensación o de ayuda pública (aun cuando en algunos casos este vínculo pueda existir de forma indirecta, como en el supuesto de la comercialización *a posteriori* de programas a través de los cuales se ha dado cumplimiento a dichas misiones).

c) Misión encomendada y supervisión.

Según se ha apuntado ya anteriormente, la figura denominada del contrato-programa constituye no sólo el instrumento a través del cual se definen con precisión las misiones de servicio público a cumplir por parte del prestador público, sino que debe considerarse asimismo, a los efectos de la Comunicación de la Comisión, como la disposición que formalmente encomienda la prestación del servicio a la entidad encargada del mismo. Tal y como ha sido señalado igualmente, el contrato-programa constituye el instrumento

jurídico a través del cual se asumen, por parte de la corporación pública, los objetivos concretos de servicio público a cumplir durante el periodo plurianual correspondiente, y se definen consecuentemente las necesidades de financiación pública a tal efecto, sobre la base de un cálculo adecuado de los ingresos comerciales a obtener. Dicho compromiso de financiación es aceptado y asumido de forma igualmente vinculante por parte del Gobierno regional. El procedimiento de negociación y elaboración del contrato-programa no se encuentra detallado a nivel legislativo, si bien previamente a su aprobación el legislador exige que la correspondiente propuesta sea objeto de informe no vinculante por parte de la autoridad independiente de regulación de la comunicación audiovisual (el Consejo Audiovisual de Cataluña). El contenido de este informe, al igual que la práctica totalidad de los acuerdos y decisiones de esta institución, se hace público a través de la página web www.cac.cat. Igualmente, existe en España una práctica relativamente consolidada (si bien que no se deriva de una exigencia legal explícita) de hacer público el contenido de los contratos-programa relativos a la prestación del servicio público de comunicación audiovisual.

En el caso de Cataluña, la autoridad de regulación del sector tiene plenas competencias, por mandato legal (de acuerdo con la Ley del Consejo Audiovisual de Cataluña, la Ley de la Comunicación Audiovisual y la Ley de la CCMA), con relación a la supervisión del conjunto de la actividad de los prestadores del servicio público de comunicación audiovisual, ya sea de oficio o como consecuencia de una denuncia. Ello supone abarcar no sólo el efectivo cumplimiento de las correspondientes misiones y objetivos de servicio público establecidos por el legislador y el contrato programa, sino velar también por el respeto a los límites legales en materia de contenidos, de publicidad y televenta, etc.

Existen, por consiguiente, mecanismos formalizados a través de los cuales la autoridad de regulación del sector puede formalmente decidir acerca del grado de cumplimiento y adecuación de las actividades llevadas a cabo por parte del prestador público con relación a las misiones y objetivos de servicio público asumidos. Estas resoluciones de la autoridad de regulación pueden contener mandatos dirigidos al prestador público, pero no tienen anudadas, de acuerdo con la legislación vigente, consecuencias materialmente sancionadoras. Sin embargo, el legislador atribuye a la autoridad de regulación la responsabilidad de informar al Parlamento de Cataluña acerca del cumplimiento de las misiones y objetivos de servicio público. Hay que tener en cuenta, en este sentido, que la

Constitución española establece (artículo 20.3) la necesidad de control, por parte del poder legislativo, de la actividad de los medios de comunicación de carácter público, por lo que la creación, en regiones como Cataluña, Andalucía y Navarra, de autoridades independientes de regulación de la comunicación audiovisual, ha añadido en esta materia mecanismos administrativos de supervisión a los ya existentes de carácter parlamentario. Más concretamente en el caso de Cataluña, la autoridad de regulación constituye la instancia que de modo más directo, preferente y cotidiano, lleva a cabo el seguimiento y al supervisión de las actividades del prestador del servicio público de comunicación audiovisual, correspondiendo al Parlamento (a través de una comisión especializada) un seguimiento de carácter más general y meramente periódico, tomando en buena medida como criterios de referencia los elementos y decisiones provenientes de la autoridad de regulación.

De acuerdo con nuestra experiencia de cerca de ocho años ya, este esquema mixto de supervisión administrativa y parlamentaria viene proporcionando buenos resultados y ha reforzado las garantías de adecuación y cumplimiento de las misiones de servicio público, también desde el punto de vista de la percepción de los ciudadanos. En términos más generales, creemos que confirma la importancia del papel que juegan, en la esfera pública audiovisual de la mayor parte de los Estados de la Unión, las autoridades independientes de regulación de la comunicación audiovisual. Por consiguiente, resulta a nuestro entender muy recomendable que en la revisión de la Comunicación de la Comisión pueda hacerse una referencia explícita a este tipo de organismos en tanto que instancias especialmente idóneas de control de la actividad de los medios públicos de comunicación audiovisual.

Finalmente, en cuanto a las posibilidades de que existan procedimientos de denuncia por parte de terceros, hay que señalar que forma parte del elenco habitual de responsabilidades de las autoridades de regulación la responsabilidad acerca de la recepción y consideración de denuncias y quejas provenientes de los ciudadanos o de cualquier sujeto presente en el sector, también en lo que se refiere al comportamiento de los prestadores públicos. De modo particular, entendemos que corresponde a dichas autoridades la recepción de las denuncias planteadas por parte de los operadores privados en esta materia. Por consiguiente, creemos que en todo caso resulta necesario enfatizar que el papel que pueden jugar estas autoridades se refuerza y justifica especialmente

cuando pueden serles dirigidas, por parte de cualquier sujeto, dichas quejas y denuncias. No entendemos necesario, por el contrario, definir a nivel de la Comunicación de la Comisión el específico procedimiento o forma a través de los cuales deban vehicularse tales denuncias. Teniendo en cuenta en todo caso que, atendida la materia sobre la que inciden, nos movemos en un terreno en el que será necesario articular y coordinar correctamente este tipo de quejas con respecto de las que, de modo simultáneo puedan dirigirse, por parte de los correspondientes actores económicos afectados, a las autoridades competentes en materia de defensa de la competencia.

Barcelona, 6 de marzo de 2008