

LEY 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva

JUAN CARLOS I

Rey de España

A todos los que la presente vieren y entendieren.

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

PREÁMBULO

I. El actual régimen jurídico de la televisión como medio de comunicación social arranca en España de la Ley 4/1980, de 10 de enero, del Estatuto de la Radio y la Televisión, que configura a la televisión, conforme al artículo 128.2 de la Constitución, como un servicio público esencial de titularidad del Estado que se prestará en régimen de gestión directa por el Ente público RTVE, a través de una sociedad estatal denominada Televisión Española.

Con posterioridad, y de acuerdo con el artículo 2 de la Ley anterior, la Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del Tercer Canal de Televisión, autorizó al Gobierno a tomar las medidas necesarias para la puesta en funcionamiento de un tercer canal de televisión de titularidad estatal y para otorgarlo en régimen de concesión en el ámbito territorial de cada Comunidad Autónoma, previa solicitud de sus órganos de gobierno y en los términos previstos en sus respectivos Estatutos de Autonomía, en el Estatuto de la Radio y la Televisión, en sus disposiciones complementarias de orden técnico y en lo dispuesto en la propia Ley.

Por su parte, la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada, regula la gestión indirecta del servicio público esencial de la televisión, que se realizará por sociedades anónimas en régimen de concesión administrativa de conformidad con lo dispuesto en dicha Ley y que se inspirará en los principios expresados en el artículo cuarto de la Ley reguladora del Estatuto de la Radio y la Televisión.

Finalmente, la Ley 35/1992, de 22 de diciembre de la Televisión por Satélite, establece el régimen específico de la prestación de este servicio público cuando para ello se utilicen satélites de comunicaciones acordes con los Tratados y Acuerdos internacionales suscritos por España y autorizados por el Gobierno para estos fines, a los que se acceda mediante un enlace ascendente con origen en territorio español.

Estos textos legales, otros complementarios de menor rango y alguna ley específica, como la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, regulan el ámbito de la televisión como medio de comunicación social, sin perjuicio de sus aspectos técnicos, que aparecen establecidos en la Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones.

II. El 3 de octubre de 1989, el Consejo de la Comunidad Europea adoptó la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.

Esta Directiva, que tiene por antecedente inmediato el Convenio Europeo sobre Televisión Transfronteriza adoptado en el seno del Consejo de Europa el 5 de mayo de 1989 y que se encuentra pendiente de ratificación por España, halla su fundamento en los artículos 57.2 y 66 del Tratado constitutivo de la Comunidad Económica Europea (.) , al considerar -según expresa en su propio preámbulo- que la televisión constituye, en circunstancias normales, un servicio cuya libre circulación significa además una manifestación específica del principio más general de la libertad de expresión consagrada en el artículo 10 del Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y Libertades Fundamentales celebrado en Roma el 4 de noviembre de 1950.

III. La presente Ley incorpora al Derecho español las normas contenidas en la Directiva 89/552/CEE. Este procedimiento de aprobar una sola Ley para todas las materias recogidas en la Directiva se ha considerado más adecuado que el de insertar los preceptos de ésta en los varios textos legales, que podrían haberse visto afectados por las prescripciones de aquélla, o que el de dictar varios textos distintos en función de las diversas materias reguladas. Con ello se producirá una aplicación unificada y más coherente de las normas de la Directiva y se evitarán las cuestiones que se han suscitado en otros Estado miembros que han procedido a incorporaciones parciales a sus respectivos derechos internos o a la adopción de distintas disposiciones legales y reglamentarias.

IV. La Ley se estructura en cinco capítulos, una disposición adicional, dos transitorias, una derogatoria y dos disposiciones finales.

1. El capítulo I, dedicado a las «disposiciones de general aplicación», recoge el objeto de la Ley, su ámbito territorial de aplicación, las definiciones de los principales términos empleados por la Ley y el principio capital, fundamento de toda la Directiva, de la libre recepción en el territorio español de las emisiones de televisión procedentes de otro Estado miembro de la Unión Europea. En relación con este capítulo deben destacarse ciertas cuestiones importantes:

En primer término, la Ley será aplicable a las emisiones de televisión que se realicen desde el territorio español, quedando fuera de su ámbito las emisiones destinadas a ser captadas exclusivamente en los Estados que no sean miembros de la Unión Europea, siempre que dichas emisiones no sean recibidas, de modo directo o indirecto, en el territorio español.

En segundo lugar, es de significar que los conceptos de la Directiva se recogen en la Ley, si bien adaptados en lo posible a los del Derecho interno. En este sentido, la definición de la televisión que ofrecen la Directiva y la Ley no es coincidente con la contenida en el artículo 25.2 de la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones, diferencia que responde a que la definición que contiene esta última mira más al aspecto técnico y de las redes del servicio que a la televisión como medio de comunicación social y al mensaje que por ésta se emite y difunde.

Por lo que se refiere a la libertad de recepción en España de las emisiones procedentes de otros Estados comunitarios, la Directiva considera suficiente la acomodación de las emisiones a la legislación del Estado miembro de origen, tal como es coordinada por la Directiva, para garantizar la libre circulación de servicios en la Unión Europea, sin necesidad de un control secundario por parte del Estado receptor. Este control se permite, no obstante, por la Directiva, con la consiguiente facultad de suspensión de las emisiones, cuando se cumplan las condiciones exigidas por aquélla, y cuyo supuesto de hecho arranca de una infracción manifiesta, seria, grave y reiterada de las normas sobre protección de los menores.

2. El capítulo II de la Ley regula la «promoción y distribución de determinados programas televisivos».

En este capítulo se establece con carácter general la reserva de un 50 por 100 del tiempo de emisión anual de las entidades que presten el servicio público de televisión, a la difusión de obras europeas; reservándose a su vez la mitad de este tiempo de reserva a la emisión de obras europeas en expresión originaria española.

Aparte de ello, se establece la reserva de un 10 por 100 de aquel tiempo de reserva mayoritaria a la emisión de obras europeas de productores independientes, de las cuales la mayoría deberán corresponder a obras producidas en los últimos cinco años.

Por otro lado, conforme también con la Directiva, se excluye del cómputo como tiempo de emisión a los programas de información, las transmisiones deportivas, los concursos o juegos, la publicidad, los servicios de teletexto y las ofertas directas al público para la venta, compras, alquiler de productos o prestación de servicios; vedándose también, de acuerdo con aquélla, la difusión de obras cinematográficas

antes de un plazo de dos años desde el comienzo de su exhibición en salas comerciales, salvo que se trate de películas específicamente realizadas para la televisión o para soportes distintos a los de su exhibición en salas de cine, que exista acuerdo en contrario entre el titular de la obra y la entidad difusora o que las citadas obras hayan sido coproducidas por estas entidades, caso este último en el que dicho plazo será de un año.

3. El capítulo III versa sobre la publicidad por televisión y el patrocinio televisivo, estableciéndose las normas que regulan una y otro.

Así, y además de lo dispuesto en la Ley General de Publicidad, se determinan los supuestos en los que la publicidad por televisión merecerá la calificación de publicidad ilícita, prohibiéndose también ciertos objetos publicitarios, como los cigarrillos y demás productos del tabaco, e incluyendo en la prohibición no sólo la publicidad directa, sino también la indirecta.

La publicidad de bebidas alcohólicas se somete, de acuerdo con la Directiva, a unos criterios estrictos en función de las personas a las que no podrá ir dirigida (los menores de edad), de los mensajes que deberá evitar (éxito, mejora del rendimiento o de las relaciones personales, o propiedades beneficiosas), o de los fines que no ha de perseguir (fomentar el consumo inmoderado u ofrecer una imagen positiva del alcohol).

Cuestión de capital importancia en la Ley son las reglas sobre la identificación de la publicidad, su diferenciación del resto de la programación y su difusión agrupada, permitiéndose tan sólo de modo excepcional los espacios publicitarios aislados; así como las establecidas en relación con los lugares de la programación en los que deberá insertarse la publicidad, los plazos y cadencias de interrupción de la programación para las emisiones publicitarias y los porcentajes máximos de tiempo de transmisión dedicado a la publicidad sobre el total de las emisiones.

Respecto de esto último, la Ley establece dos reglas esenciales: de un lado, que el tiempo de transmisión dedicado a la publicidad no será superior al 15 por 100 del tiempo diario de emisión, pudiéndose dedicar otro 5 por 100 de este tiempo a la publicidad en forma de ofertas al público realizadas directamente para vender, comprar, alquilar bienes o productos o prestar servicios, y, de otro, que el tiempo de transmisión publicitaria por hora de emisión no superará los doce minutos.

Por último, este capítulo incorpora las normas relativas al patrocinio televisivo (en cuya definición se destaca su carácter contractual, como en la Ley General de Publicidad), evitando toda influencia del patrocinador que atente contra la independencia o responsabilidad de la entidad emisora, ordenando su identificación clara, impidiendo que el patrocinio se convierta en un modo de publicidad y vedando el patrocinio de personas que fabriquen o vendan productos o presten servicios cuya publicidad resulte prohibida por el ordenamiento vigente, así como que programas de información diaria o de actualidad política puedan ser objeto de aquél.

4. El capítulo IV está destinado a la «protección de los menores en la programación televisiva», tanto frente al contenido de la publicidad, para no explotar su inexperiencia, la confianza en sus padres o tutores o su credulidad sobre las características de los productos anunciados, como frente al resto de la programación, a fin de preservar su correcto desarrollo físico, mental y moral, estableciendo para ello la necesidad de advertir sobre el contenido de la programación que pueda atentar al desarrollo del menor.

5. El capítulo V se ocupa del «régimen sancionador», atribuyendo las competencias sancionadoras, según la gravedad de la infracción, al Consejo de Ministros y al Ministro de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente. En cuanto a las infracciones y sanciones, la Ley, además de calificar como infracción grave o muy grave los actos que contravengan las obligaciones y prohibiciones que establece, se remite, en lo relativo a las sanciones, a la Ley de Televisión Privada.

6. No contiene la Ley ninguna referencia al derecho de rectificación frente a programas televisivos, por entender

que su contenido está ya suficientemente cubierto por la Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, reguladora del Derecho de Rectificación.

7. La disposición adicional contiene la autorización al Gobierno para requerir a las entidades que presten el servicio de televisión los datos necesarios para el cumplimiento del deber de informar a la Comisión de la Comunidad Europea.

8. Las disposiciones transitorias establecen las reglas para cumplir en el tiempo las reservas de emisión para obras europeas y para obras europeas de productores independientes.

9. Por último, las disposiciones derogatoria y finales proceden a derogar expresamente los preceptos de la Ley de la Televisión Privada afectados por el nuevo régimen, a determinar los títulos constitucionales que habilitan al Estado para dictar la Ley (artículo 149.1, 1.ª, 21.ª y 27.ª), a autorizar al Gobierno para adoptar las medidas que garanticen la conformidad con la Ley de las emisiones originarias de terceros países, que puedan ser recibidas en territorio español, y para dictar las normas de desarrollo y ejecución de la futura Ley.

CAPITULO I

Disposiciones generales

Artículo 1. Objeto.

Esta Ley tiene por objeto establecer el régimen jurídico que garantice la libre difusión y recepción de las emisiones televisivas entre los Estados de la Unión Europea; desarrollar determinadas producciones televisivas; proteger frente a ciertas formas de publicidad y objetos publicitarios; defender a los menores para preservar su correcto desarrollo físico, mental y moral, y regular el patrocinio televisivo, de acuerdo con las normas contenidas en esta Ley.

Artículo 2. Ámbito de aplicación.

1. La presente Ley se aplica a las emisiones que se realicen desde el territorio español por las entidades que presten directa o indirectamente el servicio público de televisión.

2. A las emisiones de televisión destinadas exclusivamente a ser captadas en el territorio de otros Estados que no sean miembros de la Unión Europea, sólo les será de aplicación lo dispuesto en los artículos 9, 10, 11 y en el capítulo IV de esta Ley.

Artículo 3. Definiciones.

A los efectos de esta Ley, se entenderá por:

a) «Televisión», la emisión primaria, con o sin cable, por tierra o por satélite, codificada o no, de programas televisivos destinados al público.

Este concepto comprenderá la comunicación de programas entre personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, que tengan por finalidad la emisión de televisión destinada al público. Por el contrario, no se incluyen en esta definición aquellos servicios de comunicaciones, prestados previa petición individual, cuya finalidad sea la aportación de elementos de información u otras prestaciones, como servicios de facsímil, bancos de datos electrónicos y otros servicios similares.

b) «Publicidad por televisión», cualquier forma de mensaje televisado emitido a cambio de una remuneración de cualquier naturaleza, realizado por orden de una persona física o jurídica, pública o privada, y relativo a una actividad comercial, industrial, artesanal o a una profesión liberal, con el fin de promover la contratación de bienes, muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones.

Los espacios dedicados a la promoción de la propia programación no se consideran publicidad televisiva, sin perjuicio de lo establecido en el apartado 2 del artículo 14 de esta Ley.

c) «Publicidad encubierta», aquella forma de publicidad que suponga la presentación verbal o visual, de forma no esporádica u ocasional, de los bienes, servicios, nombre, marca o actividades de un fabricante de mercancías o de un empresario de servicios en programas en que tal presenta-

ción tenga, de manera intencionada por parte de la entidad que preste el servicio público de televisión, propósito publicitario y pueda inducir al público a error en cuanto a la naturaleza de dicha presentación.

La presentación de los bienes, servicios, nombre, marca o actividades se considerará intencionada, y por consiguiente tendrá el carácter de publicidad encubierta, si se hiciere a cambio de una remuneración, cualquiera que sea la naturaleza de ésta.

No tendrá esta consideración aquella presentación que se haga en acontecimientos abiertos al público organizados por terceras personas y cuyos derechos de emisión televisiva se hayan cedido a una entidad que preste el servicio público de televisión.

d) «Publicidad indirecta», aquella que sin mencionar directamente los productos, utilice marcas, símbolos u otros rasgos distintivos de tales productos o de empresas cuyas actividades principales o conocidas incluyan su producción o comercialización.

e) «Patrocinio publicitario por televisión», aquel contrato en virtud del cual una persona física o jurídica, denominada patrocinador, no vinculada a la producción, comercialización o difusión televisivas, contribuye a la financiación de programas de televisión realizados por otra persona, física o jurídica, llamada patrocinado, con la finalidad de promover el nombre, marca, imagen, actividades o realizaciones del patrocinador.

f) «Productor independiente», aquella persona física o jurídica que no sea objeto de influencia dominante por parte de las entidades de radiodifusión televisiva por razones de propiedad, participación financiera o de las normas que le rigen.

Se entenderá que existe una influencia dominante, directa o indirecta, por razones de propiedad o participación financiera, cuando las entidades de televisión posean más del 50 por 100 del capital suscrito en la empresa productora, dispongan de la mayoría de los votos correspondientes a las participaciones emitidas por la misma, o puedan designar a más de la mitad de los órganos de administración o dirección.

Artículo 4. *Libertad de recepción.*

Se garantiza la libertad de recepción en el territorio español de las emisiones de televisión procedentes de otro Estado miembro de la Unión Europea, siempre que sean conformes con las normas comunitarias y la legislación de dicho Estado sobre la materia a que se refiere esta Ley y no interfieran técnicamente las emisiones regulares de las emisiones españolas.

CAPITULO II

De la promoción, difusión y producción de determinados programas televisivos

Artículo 5. *Obras europeas.*

1. Las entidades que presten directa o indirectamente el servicio público de televisión deberán reservar el 51 por 100 de su tiempo de emisión anual a la difusión de obras europeas.

2. Más del 50 por 100 del tiempo de reserva a que se refiere el número anterior, se dedicará, a su vez, a la emisión de obras europeas en expresión originaria en cualquier lengua española.

3. Tendrán la consideración de obras europeas las obras originarias de Estados miembros de la Unión Europea o de Estados terceros europeos que sean parte del Convenio Europeo sobre la televisión transfronteriza del Consejo de Europa en las que un 51 por 100 del total de autores, intérpretes, técnicos u otros trabajadores que participen en ellas residan en alguno de los Estados mencionados.

Dichas obras deberán cumplir, además, alguna de las condiciones siguientes:

a) Estar realizadas por uno o más productores establecidos en uno o varios de dichos Estados.

b) Tener una producción supervisada y controlada por uno o varios productores establecidos en alguno o algunos de los Estados citados.

c) Financiar su coste total de producción mediante la contribución mayoritaria de productores establecidos en dichos Estados, en supuestos de coproducción, siempre que ésta no sea controlada por uno o varios productores establecidos fuera de los mismos.

4. Igualmente tendrán consideración de obras europeas las originarias de Estados terceros europeos, distintos a los mencionados en el apartado anterior, con los que la Unión Europea haya celebrado acuerdos siempre que, al menos, un 51 por 100 del total de autores, intérpretes, técnicos u otros trabajadores que participen en ellas, residan en alguno de los Estados aludidos en el apartado anterior.

5. Las obras que no sean europeas con arreglo a los números anteriores, pero en las que un 51 por 100 del total de intérpretes, autores, técnicos u otros trabajadores que participen en ellas sean residentes en uno o varios Estados miembros de la Unión Europea, se considerarán obras europeas a razón de la proporción de la contribución de los coproductores comunitarios en el coste total de la producción.

Artículo 6. *Obras europeas de productores independientes.*

Los prestadores del servicio público de televisión, dentro del tiempo de reserva establecido en el número 1 del artículo anterior, reservarán un mínimo del 10 por 100 de su tiempo de emisión a obras europeas de productores independientes de las entidades de televisión, de las que más de la mitad deberán corresponder a obras producidas en los últimos cinco años.

Artículo 7. *Exclusión de cómputo.*

A los efectos de los artículos anteriores de este capítulo, no se computará como tiempo de emisión el dedicado a informaciones, transmisiones deportivas, concursos o juegos, publicidad, servicios de teletexto y a las ofertas directas al público para la venta, compra, alquiler de productos o prestación de servicios.

Artículo 8. *Difusión de obras cinematográficas.*

No podrán difundirse por televisión obras cinematográficas antes del plazo de dos años, contados desde el comienzo de su exhibición en salas de cine de cualquiera de los Estados miembros de la Unión Europea, salvo que se trate de obras cinematográficas específicamente realizadas para la televisión o para soportes distintos a los de su exhibición en salas de cine, que exista acuerdo en contrario entre el titular de la obra y la entidad que preste el servicio público de televisión, o que tales obras hayan sido coproducidas por las citadas entidades, en un porcentaje superior al 10 por 100 de su coste, caso éste en el que dicho plazo será de un año.

CAPITULO III

De la publicidad por televisión y del patrocinio televisivo

Artículo 9. *Publicidad ilícita.*

1. Además de lo que resulta de lo dispuesto en artículo 3 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, es ilícita, en todo caso, la publicidad por televisión que fomenta comportamientos perjudiciales para la salud o la seguridad de las personas o para la protección del medio ambiente; atente al debido respeto a la dignidad humana o a las convicciones religiosas y políticas; o discrimine por motivos de nacimiento, raza, sexo, religión, nacionalidad, opinión, o cualquier otra circunstancia personal o social.

Igualmente, será ilícita la publicidad que incite a la violencia o a comportamientos antisociales, que apele al miedo o a la superstición o que pueda fomentar abusos, imprudencias, negligencias o conductas agresivas.

Tendrá la misma consideración la publicidad que incite a la crueldad o al maltrato a personas o animales, o a la destrucción de bienes culturales o naturales.

2. La publicidad no deberá utilizar técnicas subliminales, entendiéndose por publicidad subliminal la definida como tal en la citada Ley General de Publicidad.

Artículo 10. *Publicidad prohibida.*

1. Además de lo que resulta de lo dispuesto en el artículo 8 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, queda prohibida por televisión:

a) Cualquier forma, directa o indirecta, de publicidad de cigarrillos y demás productos del tabaco.

b) La publicidad de medicamentos y de tratamientos médicos que sólo puedan obtenerse por prescripción facultativa en el territorio nacional.

c) La publicidad de contenido esencial o primordialmente político, o dirigida a la consecución de objetivos de tal naturaleza, sin perjuicio de lo establecido en la Ley Orgánica del Régimen Electoral General.

2. Queda prohibida la publicidad encubierta.

Artículo 11. *Publicidad de bebidas alcohólicas.*

La publicidad de bebidas alcohólicas deberá respetar lo dispuesto al efecto en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, y los siguientes principios:

a) No podrá estar dirigida específicamente a las personas menores de edad, ni en particular presentar a los menores consumiendo dichas bebidas.

b) No deberá asociar el consumo de alcohol, a una mejora del rendimiento físico o a la conducción de vehículos, ni dar la impresión de que el consumo de alcohol contribuye al éxito social o sexual, ni sugerir que las bebidas alcohólicas tienen propiedades terapéuticas o un efecto estimulante o sedante, o que constituyen un medio para resolver conflictos.

c) No deberá estimular el consumo inmoderado de bebidas alcohólicas u ofrecer una imagen negativa de la abstinencia o de la sobriedad, ni subrayar como cualidad positiva de las bebidas su alto contenido alcohólico.

Artículo 12. *Identificación y colocación de la publicidad.*

1. La publicidad deberá ser fácilmente identificable y diferenciarse claramente de los programas gracias a medios ópticos, acústicos o ambos.

2. Los espacios publicitarios se emitirán de forma agrupada en el tiempo reservado para la publicidad. Sólo excepcionalmente se emitirán espacios publicitarios aislados.

3. La publicidad televisiva deberá insertarse entre los programas.

No obstante, y a reserva de lo dispuesto en el artículo siguiente, la publicidad podrá también insertarse dentro de los programas siempre que no perjudique su unidad ni desmerezca el valor o calidad de éstos y su emisión se realice teniendo en cuenta las propias interrupciones naturales del programa, su duración y naturaleza, y de modo que, en ningún caso, se perjudiquen los derechos de los titulares de los programas dentro de cuya emisión la publicidad se inserta.

Artículo 13. *Reglas especiales.*

1. En los programas compuestos de partes autónomas, o en los programas o emisiones deportivos o de acontecimientos o espectáculos de estructura similar, que cuenten con intervalos de tiempo entre cada una de las partes que lo compongan, sólo podrá insertarse la publicidad entre aquellas partes autónomas o durante estos intervalos.

En las emisiones deportivas podrá insertarse publicidad mediante transparencias únicamente en aquellos momentos en que el desarrollo del acontecimiento retransmitido se encuentre detenido, siempre que dicha publicidad no perturbe la visión del acontecimiento ni ocupe más de un sexta parte de la pantalla.

Cuando estas detenciones tengan una duración programada, podrá insertarse durante las mismas cualquier forma de publicidad cuya duración no exceda a la de la

de publicidad cuya duración no exceda a la de la interrupción.

2. En los programas de naturaleza distinta a la de los señalados en el número anterior, las interrupciones publicitarias sucesivas dentro de los programas deberán estar separadas por un lapso de tiempo de veinte minutos, como mínimo, sin perjuicio de lo que se dispone en los números siguientes.

El lapso de tiempo existente entre los espacios publicitarios situados antes o después de un programa y las primeras o últimas interrupciones publicitarias dentro de aquél podrá ser inferior a veinte minutos. El lapso de tiempo podrá también ser inferior a veinte minutos, pero no menor de quince minutos, por una sola vez dentro de cada programa, para respetar las interrupciones naturales del mismo.

3. Las obras audiovisuales, como largometrajes cinematográficos cuya duración programada de transmisión sea superior a cuarenta y cinco minutos, podrán ser interrumpidas una vez por cada período completo de cuarenta y cinco minutos, autorizándose otra interrupción si la duración programada de la transmisión total excede al menos en veinte minutos a dos o más períodos completos de cuarenta y cinco minutos. Estas interrupciones deberán respetar la integridad y el valor de la obra.

Se exceptúan de lo dispuesto en este número las series, seriales y emisiones de entretenimiento, sean o no infantiles, las cuales, cualquiera que sea su duración, podrán ser interrumpidas una o más veces.

4. Los programas informativos, documentales, religiosos e infantiles no podrán ser interrumpidos por la publicidad, salvo cuando su duración programada sea superior a treinta minutos, en cuyo caso se aplicará lo establecido en los apartados 1 y 2 de este artículo.

5. No podrá insertarse publicidad en la emisión de servicios religiosos.

6. Se entiende como «duración programada», a los efectos de este artículo, el lapso de tiempo total de duración del programa u obra incluidos los espacios publicitarios existentes dentro de la obra o programa.

7. Lo dispuesto en el presente artículo no será de aplicación a la publicidad en forma de ofertas al público o realizadas directamente para vender, comprar, alquilar bienes o productos o prestar servicios.

8. En todo caso, las emisiones deberán realizarse en las condiciones técnicas que señale la norma técnica para la difusión de las señales de televisión en blanco y negro y color, sin modificar aquéllas durante los espacios publicitarios.

Artículo 14. *Tiempo de transmisión publicitaria.*

1. El tiempo de transmisión dedicado a la publicidad no será superior al 15 por 100 del tiempo diario de emisión. No obstante, podrá dedicarse además otro 5 por 100 de este tiempo de emisión a publicidad en forma de ofertas al público realizadas directamente para vender, comprar, alquilar bienes o productos o prestar servicios.

2. El tiempo de transmisión dedicado a espacios publicitarios dentro de cada período de una hora natural no deberá ser superior a doce minutos, y en ningún caso podrá superar los diecisiete minutos computando los espacios dedicados a la promoción de la propia programación.

3. Sin perjuicio de lo dispuesto en el número 1, las formas de publicidad como las ofertas al público realizadas directamente para vender, comprar o alquilar productos, o para prestar servicios, no deberán ser superiores a una hora por día.

Artículo 15. *Patrocinio televisivo.*

1. Los programas de televisión patrocinados deberán cumplir los requisitos siguientes:

a) El contenido y la programación de una emisión patrocinada no podrán, en ningún caso, ser influidos por el patrocinador de tal forma que se atente contra la responsabilidad y la independencia editorial de la entidad que preste el servicio público de televisión con respecto a las emisiones.

b) Deberán estar claramente identificados como tales mediante el nombre, logotipo, marca, servicios u otros sig-

nos del patrocinador, al principio, al final de los programas, o en los dos momentos.

También podrá identificarse al patrocinador por los medios antes mencionados en el transcurso del programa patrocinado, siempre que ello se haga de forma esporádica y sin perturbar el desarrollo del programa.

c) No deberán contener mensajes publicitarios directos y expresos de compra o contratación de productos o servicios del patrocinador o de un tercero, mediante referencias de promoción concretas a dichos productos o servicios.

2. Los programas de televisión no podrán ser patrocinados por personas físicas o jurídicas cuya actividad principal sea la fabricación o la venta de productos o la realización de servicios cuya publicidad esté prohibida de conformidad con lo dispuesto en los artículos 9 y 10 de esta Ley.

3. No podrán patrocinarse telediarios ni espacios de actualidad política.

4. Los espacios de tiempo dedicados al patrocinio televisivo no se cuantificarán a los efectos de los tiempos máximos de publicidad previstos en el artículo anterior.

CAPITULO IV

De la protección de los menores

Artículo 16. *Protección de los menores frente a la publicidad.*

La publicidad por televisión no contendrá imágenes o mensajes que puedan perjudicar moral o físicamente a los menores. A este efecto, deberá respetar los siguientes principios:

a) No deberá incitar directamente a tales menores a la compra de un producto o de un servicio explotando su inexperiencia o su credulidad, ni a que persuadan a sus padres o tutores, o a los padres o tutores de terceros, para que compren los productos o servicios de que se trate.

b) En ningún caso deberá explotar la especial confianza de los niños en sus padres, profesores u otras personas.

c) No podrá, sin un motivo justificado, presentar a los niños en situaciones peligrosas.

Artículo 17. *Protección de los menores frente a la programación.*

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

2. La emisión de programas susceptibles de perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores y, en todo caso, de aquéllos que contengan escenas de pornografía o violencia gratuita sólo podrá realizarse entre las veintidós y las seis horas y deberá ser objeto de advertencia sobre su contenido por medios acústicos y ópticos.

Lo así dispuesto será también de aplicación a los espacios dedicados a la promoción de la propia programación.

CAPITULO V

Del régimen sancionador

Artículo 18. *Sujetos pasivos y competencias de control y sanción.*

1. El régimen sancionador establecido en este capítulo será de aplicación a las entidades públicas o privadas contempladas en el artículo 2.1 de la presente Ley.

2. Las funciones de control e inspección del cumplimiento de las disposiciones de esta Ley para los servicios de televisión se ejercerán con las excepciones señaladas en el párrafo siguiente, por el Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente. La imposición de las sanciones que el incumplimiento de dichas disposiciones pueda comportar en estos supuestos corresponderá, para las infracciones graves, al Ministro de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente, y para las muy graves, al Consejo de Ministros.

3. Las Comunidades Autónomas ejercerán las funciones de control e inspección e imposición de sanciones respecto a los contenidos de la programación de los terceros canales propios y de los servicios de televisión sobre los que les corresponde otorgar el título habilitante.

Artículo 19. *Infracciones y sanciones.*

1. Se considerará infracción muy grave la violación reiterada de las obligaciones y prohibiciones impuestas en los capítulos II, III y IV de esta Ley, e infracción grave la violación no reiterada de tales obligaciones.

2. Las infracciones a lo previsto en la presente Ley serán sancionadas de acuerdo con lo establecido en el artículo 25 de la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada, excepto la sanción de extinción de la concesión, que no será de aplicación a los efectos de esta Ley.

Disposición adicional única. *Requerimientos de información.*

El Gobierno queda autorizado a requerir a las entidades que presten el servicio público de televisión los datos que resulten necesarios para informar a la Comisión de la Comunidad Europea del grado de cumplimiento de lo dispuesto en los artículos 5 y 6 de esta Ley.

Las Comunidades Autónomas con competencias en la materia podrán también requerir dicha información respecto de los terceros canales propios y de las entidades que presten servicios de televisión sobre los que les corresponda otorgar el título habilitante, con la finalidad de remitirla al Gobierno a los efectos previstos en el párrafo anterior.

La información así obtenida será confidencial y no podrá ser utilizada para fines distintos a los previstos en esta Ley.

Disposición transitoria primera. *Plazo de reserva de obra europea.*

La reserva establecida en el número 1 del artículo 5 para la difusión de obras europeas podrá alcanzarse por las entidades de televisión de forma gradual, de manera que al término del cuarto año contado a partir de la entrada en vigor de esta Ley o, en su caso, del comienzo de las emisiones, la reserva alcance el 40 por 100 del tiempo de emisión. No obstante, será preciso cubrir tal porcentaje gradualmente.

Transcurrido el señalado plazo, la reserva deberá incrementarse anualmente hasta alcanzar la proporción de reserva determinada en el artículo 5.1.

Disposición transitoria segunda. *Plazo para reserva de producción independiente.*

La reserva establecida en el artículo 6 podrá alcanzarse de forma progresiva. A tal efecto, las entidades que presten el servicio público de televisión, constituidas antes de 1989, podrán mantener en el año de entrada en vigor de esta Ley la proporción de emisión de obras europeas comprobada por cada uno de ellos durante 1988, debiendo incrementar anualmente la reserva de emisión de tales obras hasta el logro de la proporción exigida en el citado artículo 6, en un máximo de cuatro años.

Los organismos o entidades constituidos después del 31 de diciembre de 1988 tomarán como año de referencia a los efectos del párrafo anterior el año de su constitución.

Tercera.-Período transitorio para interrupciones publicitarias.

Las previsiones contenidas en el número 1 del artículo 13 comenzarán a aplicarse transcurridos seis meses desde la entrada en vigor de la presente Ley.

Las previsiones contenidas en los números 2, 3 y 4 del citado artículo comenzarán a aplicarse transcurridos doce meses a contar desde la entrada en vigor de esta Ley.

Disposición derogatoria única

Quedan derogados los apartados 3 y 4 del artículo 14 y el artículo 15 de la Ley 10/1988, de 3 de mayo (.), de Televisión Privada, y cuantas normas de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en esta Ley.

Disposición final primera. *Fundamento constitucional.*

Esta Ley se dicta al amparo de lo establecido por el artículo 149.1, 1ª, 21ª y 27ª de la Constitución, teniendo, por tanto, el carácter de norma básica.

Disposición final segunda. *Habilitaciones al Gobierno.*

1. Sin perjuicio de las obligaciones internacionales contraídas por España, se habilita al Gobierno para adoptar por vía reglamentaria las medidas necesarias que garanticen que las emisiones de televisión, originarias de terceros países no pertenecientes a la Unión Europea y que puedan ser recibidas en territorio español, no resulten contrarias a las disposiciones contenidas en los capítulos III y IV de esta Ley.

2. El Gobierno dictará las disposiciones que sean necesarias para el desarrollo y aplicación de esta Ley.

3. La presente Ley entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Por tanto

Mando a todos los españoles, particulares y autoridades, que guarden y hagan guardar esta Ley.

Madrid, 12 de julio de 1994.

JUAN CARLOS R.

El Presidente del Gobierno
FELIPE GONZÁLEZ MÁRQUEZ