

RESPUESTA ESCRITA A LA PREGUNTA FORMULADA POR EL DIPUTADO DEL GRUPO PARLAMENTARIO POPULAR, D. JOSÉ IGNACIO ECHÁNIZ SALGADO

179/000127

4926

El pasado 25 de junio de 2019 se celebró un pleno ordinario del Consejo de Consumidores y Usuarios en el que, de acuerdo con la nota informativa emitida por el propio Consejo, se insistió en la necesidad de que los medios públicos especialmente Radio Televisión Española, “se involucren activamente en la difusión de los temas de consumo” con el objetivo de mejorar “la formación e información de las personas consumidoras”, pues, a su parecer, “la presencia de los temas consumistas es especialmente escasa, lo que contraría la legislación vigente”.

Por ello, se presentan las siguientes preguntas:

- ¿Cómo valora la Administradora Única Provisional de RTVE la carencia de contenidos relacionados con el consumo en Radio Televisión Española planteada por el Consejo de Consumidores y Usuarios?

En nuestra opinión no hay carencia de contenidos relacionados con el consumo en nuestra programación. RTVE, siempre ha estado involucrada en contenidos vinculados con el consumo de manera muy activa y responsable. Para nosotros, siempre **ha sido uno de los pilares principales dentro de nuestro mandato de servicio público.**

Señoría, **que no exista** un programa específico destinado a “usuarios y consumidores”, no significa que no estemos completamente involucrados en nuestra Responsabilidad Social Corporativa. RTVE destina a consumo, producción responsable y derechos de usuarios y consumidores un elevado número de programas de televisión, de radio y contenidos interactivos, catalogados en el Objetivo de Desarrollo Sostenible, “Producción y consumo responsable” (ODS-12). Prueba de ello son los principales programas emitidos el pasado año y que paso a enumerarle a continuación:

TVE:

Conscientes de la importancia de fomentar hábitos saludables en la sociedad y en especial en la infancia, TVE contempla en su programación, diferentes espacios orientados a transmitir la necesidad de llevar una vida sana y en los que, además, de forma amena, didáctica y rigurosa se informa de las pautas adecuadas para prevenir la obesidad.

En el Área de Entretenimiento:

. **Difusión de hábitos saludables de consumo en los programas culinarios de RTVE: "MasterChef" y "Hacer de Comer".**

MasterChef

En sus 7 años de historia y casi 150 programas emitidos, contando sus tres ediciones, "MasterChef" ha puesto siempre cuidado en difundir consejos y hábitos saludables en materia de alimentación. Lo ha hecho directamente con recetas y ejemplos prácticos a través de sus jueces, o por medio de los invitados que han pasado por el programa. Esta labor ha sido reconocida a menudo por organismos relacionados con la gastronomía y la industria alimentaria. Ya, en 2014 **La Real Academia de Gastronomía** concedió a "MasterChef Junior" el **Premio Nacional Especial de Gastronomía: "por fomentar hábitos saludables entre los más pequeños y acercarlos a la gastronomía y a la cocina"**. Es en la edición protagonizada por los más pequeños donde más hincapié se hace en esta labor pedagógica sobre la alimentación. Centrándonos en la edición, "**MasterChef Junior 6**", los niños recibieron lecciones prácticas sobre la variedad de las cocinas de España y del mundo, cómo elaborar postres sin utilizar azúcar procesado o cómo cocinar con insectos, la proteína del futuro.

No es posible detallar todas las ocasiones del resto de ediciones en las que el programa se ha referido directamente a este asunto. Así, por ejemplo, en la emisión del 9/XI/18, la nutricionista Marta Garaulet, máster en Sanidad Pública por la Universidad de Harvard y autoridad mundial en la materia, habló a los aspirantes y a la audiencia sobre *los peligros de la obesidad, alergias, intolerancias, los horarios más adecuados para las comidas, por tanto, de la conveniencia de llevar una dieta equilibrada*. En otra emisión (22/IV/2018), los

concurstantes tuvieron que enfrentarse a un cocinado octo-lacto-vegetariano durante el que los jueces hicieron advertencias como esta: *La Organización Mundial de la Salud recomienda que comamos cada día como mínimo 400 gramos de frutas, verduras y hortalizas. Los españoles estamos aún muy lejos... Si aumentamos el consumo de vegetales, ayudamos a prevenir enfermedades del corazón, cáncer, diabetes o hipertensión. Y no solo nos beneficia a nosotros como individuos, implica al mismo tiempo una gestión de los recursos planetarios más eficiente y sostenible.* Además, "MasterChef" ha diseñado cocinados sin sal (debía ser sustituida por hierbas aromáticas y otras especias); ha hablado de sustitutos proteínicos al consumo de carne y ha instruido sobre las propiedades de los superalimentos que vienen como la moringa (con más de 90 nutrientes y antioxidantes diferentes) la maca, utilizada por los pueblos andinos (y que mejora el sistema inmunitario y favorece el equilibrio hormonal), la leche de coco (disminuye la presión sanguínea y el colesterol, ayuda a perder grasa, previene la fatiga) etc. [ver **MasterChef Celebrities 3** del 28/X/2018]. Chefs que se han significado en cocina vegetariana como Rodrigo de la Calle, Pepa Muñoz o Beatriz Sotelo pasaron por el programa para explicar las características y bondades de sus menús.

La preocupación por transmitir hábitos saludables en la alimentación ha sido una constante en todas las ediciones emitidas y lo será también de las próximas.

Asimismo, estos programas desarrollan una importante tarea de promoción y puesta en valor de la gastronomía y cocina españolas. *"Gracias a programas como MasterChef se ha socializado el mundo de la alta cocina"* afirmó en Madrid Fusión-2019, Ferrán Adriá, el cocinero que revolucionó nuestra gastronomía. Según datos de la Secretaría de Estado de Turismo, de los 80 millones de turistas que visitaron España en 2017 un 20% lo hicieron atraídos por la gastronomía. Esta puesta en valor de nuestros productos y variedad gastronómica es ampliamente compartida y ha sido reconocida con premios al programa como el **Estrella de Turismo de Castilla y León por convertirse en un escaparate de la riqueza gastronómica de España, ponerla en valor y dar a conocer y promocionar los alimentos autóctonos.**

Hacer de Comer

El mismo compromiso asume "**Hacer de Comer**", magacín de cocina. El programa pone el acento en las bondades de la dieta mediterránea y así se traduce en cada emisión en *"dos platos de cocina sencilla, tradicional y fácil"* (como así señaló Dani García, su conductor).

Se apuesta por las recetas tradicionales y no faltan consejos específicos para celíacos o veganos junto a una machacona insistencia en la cocina de aprovechamiento.

En el Área de Magacines

La intención del Área de Programas Magacines siempre ha sido la de ofertar contenidos que favorezcan un consumo responsable y saludable en materia de alimentación. Si nos centramos más específicamente en los contenidos referidos a productos culinarios o de cocina, hay que destacar que espacios como "La Mañana", "España Directo" o "Aquí la tierra" se ocupan cada día, y de manera amplia, de esta temática siempre con consejos prácticos y rigurosos, además, también, de otros aspectos que interesan al consumidor.

- En el caso del programa "**La Mañana**", durante las dos pasadas temporadas se ha emitido una sección diaria de consumo de 20 minutos de duración con la participación de portavoces de distintas asociaciones de consumidores y expertos que, con rigurosa información, ayudan al espectador tanto a hacer un consumo responsable como a solucionar problemas cotidianos o denunciar fraudes. Se abordan cuestiones que van desde cómo entender el recibo de la luz, confeccionar una buena cesta de la compra y también se alerta de fraudes alimentarios. Se hacen demostraciones para evitar timos y estafas y se cuenta con asesoramiento para saber cómo actuar cuando se producen. Algunos ejemplos de los contenidos abordados en dicha sección son:
 - Fraudes alimentarios, (atún rojo, azafrán adulterado)
 - Ahorro y empleo (Declaración de hacienda, subida y recibo de la luz)
 - Vivienda (derechos y deberes de inquilinos, propietarios)
 - Alertas sanitarias (retiradas de medicamentos o alimentos)
 - Conflictos laborales /legales (autónomos, pensiones)
 - Seguridad vial (preparar el coche ante situaciones adversas, por ejemplo)

En esta temporada los derechos del consumidor siguen presentes, incluso con una nueva sección semanal que apuesta por descubrir productos de temporada con marca España. Además, en lo que va de mes ya se han abordado temas de actualidad como:

- Crisis de la listeriosis

- Alertas sanitarias: medicamentos, vacunaciones...
- Estafas vacacionales
- Derechos laborales
- Seguridad alimentaria

Si nos referimos al programa "**España Directo**" es una ventana abierta para temas de consumo noticiables que se han abordado con reportajes y conexiones en directo. En ese sentido, se ha advertido y alertado al espectador de **estafas al consumidor** como el fraude con la denominación de origen del Jamón de la Alpujarra. También, se han emitido **vídeos y directos divulgativos** sobre productos, por ejemplo, aprender las diferencias entre el pulpo gallego y los que tienen procedencia marroquí o enseñar cómo identificar las setas venenosas. Todo ello en un intento por formar al espectador, evitar fraudes y ayudarle, en definitiva, a la hora de hacer la compra.

Alertas sanitarias, huelgas de transportes, gasolineras o campañas temporales de empleo son cuestiones de consumo de interés popular que también se han cubierto en el programa. Recientemente la alerta de **la listeriosis** ha sido ampliamente tratada.

Además, según la temporada, se han previsto y anticipado temas de consumo susceptibles de cubrir el interés informativo. El verano vino con tratamiento informativo, por ejemplo, de cómo planificar las vacaciones, o cómo prepararse y ahorrar para la vuelta al cole. También se advirtió de bandera rojas y playas contaminadas y se dieron consejos para encontrar alquileres más asequibles.

En "**Comando Actualidad**", en sus casi 13 años de emisión, los temas de consumo han sido desde el comienzo y hasta ahora de los más abordados en sus reportajes y de gran interés para la audiencia. El espacio da voz a los ciudadanos para escuchar sus demandas. Estos son algunos ejemplos de reportajes emitidos en los que el consumo vertebró el contenido:

- "El recibo de la luz" explicó por qué la energía eléctrica está más cara que nunca, si es posible pagar menos y por qué la factura es tan complicada de entender. Descubrió las causas de la subida del precio y desveló si la industria influye en la política energética. Las cámaras de Comando Actualidad visitaron una comunidad de vecinos donde viven desenganchados por voluntad propia y explicaron por qué no puede pagar la factura.

- En “Alta gama”, los reporteros analizaron cuáles son las razones que han convertido a España en el país europeo de mayor consumo de productos de lujo. Además, realizaron el retrato de los llamados *millenials*, los nuevos ricos; jóvenes entre 18 y 34 años que pagan fortunas por servicios exclusivos y expusieron por qué China es nuestro gran cliente y por qué el mercado inmobiliario de lujo vive una época dorada en nuestro país.
- “Fiebre cosmética” abordó el aumento de interés por el cuidado personal y se desveló el mercado cosmético falsificado e ilegal que entra en nuestro país de manera clandestina. Y con la ayuda de expertos en la materia, los reporteros explicaron que esconden las cremas que nos echamos en la piel.
- En “Marihuana” se explicaba por qué somos el tercer país europeo en número de consumidores, por qué la prohibición no ha bajado su uso y el debate sobre su posible regulación. Además, se descubren los efectos de la droga que más psicosis produce, según los expertos, y se muestra a quienes recurren al cannabis como medicina.
- El gran problema de obesidad en la actualidad, la preocupación creciente por la salud y la dieta sana, la eliminación o reducción de aditivos alimentarios y potencialmente peligrosos, los riesgos de llevar una alimentación no saludable, el creciente interés de los ciudadanos por saber qué comen o el peligro que supone la utilización de terapias pseudocientíficas han sido abordados desde todos los puntos de vista posibles en capítulos como: Cada vez más gordos, Grasa y azúcar, Alimentos Anti, Los otros azúcares, Comer seguro, Comidas sospechosas, La burbuja gastronómica, Quesos de España o Pseudociencias.
- Con la “Guerra del taxi”, en septiembre de 2018, analizó los entresijos de un conflicto social que se ha mantenido en el tiempo y que, a día de hoy, sigue afectando a la realidad ciudadana.
- En esa misma línea de defensa de los consumidores retrató los problemas del precio del alquiler, los de la compraventa de viviendas, de la ocupación ilegal, del aumento de los apartamentos turísticos o de la situación en la que se encuentran 500.000 casas ilegales en nuestro país en títulos como: “Okupas a domicilio”, “El infierno de alquilar”, “Nuevos barrios”, “El metro cuadrado más rentable”, “Se buscan obreros” o en “Pendientes de derribo”.

- En “Estafados” el programa descubrió algunas de las nuevas estafas que afectan a miles de españoles. Entre ellas, trató a fondo la de iDental, el presunto fraude que afecta a 400.000 familias y el considerado mayor escándalo odontológico de la historia de España. Además, retrató estafas inmobiliarias, de alquileres vacacionales, de compra de coches, de clonación de tarjetas y, con la colaboración de la Policía Nacional, habló de *sextorsión* y del presunto fraude de los cursos de formación a distancia.
- **La llegada del coche eléctrico a las grandes ciudades fue tratada en “La jungla de asfalto”**. El problema que representan para la salud y el bolsillo de los ciudadanos, el **medio ambiente o la creciente preocupación ciudadana por el cambio climático y la búsqueda de soluciones para frenar la contaminación fue abordada en “Guerra al plástico”**.

En este momento el programa Comando Actualidad trabaja para seguir en esta línea con nuevos contenidos relacionados con el consumo en futuros reportajes como “Carne sí, carne no” analizará el último informe de la ONU que relaciona el consumo de carne de los países desarrollados con el cambio climático. A través de miradas de expertos, nutricionistas, ganaderos, carniceros analizará cuáles son las características del consumo de carne en nuestro país, si cambiar de hábitos ayuda a la salud y al planeta etc.

Uno de los puntos clave de la filosofía de **AQUÍ LA TIERRA** es dar a conocer los productos de agricultura y ganadería de cada rincón de nuestro país y ponerlos en valor. En los reportajes se apuesta por los productos cercanos al consumidor y además de cómo se producen, se muestra cómo se elaboran para su consumo alimentario a través de recetas tradicionales y modernas.

Fomenta el consumo de frutas, verduras, hortalizas, legumbres y a través de secciones como “La cata”, donde se enseña cómo diferenciar productos similares y cómo se pueden consumir para aprovechar mejor sus propiedades.

A través de la sección de “Los trucos de Aquí la tierra” se muestra cómo conservar los alimentos en la nevera para poder consumirlos más tarde, su óptima colocación, la manera en la que se deben utilizar las tarteras, recipientes o bolsas de congelado para aprovechar la comida que sobra y así incidir en el ahorro doméstico.

También los reportajes aconsejan cómo comprar en el mercado, con la colaboración de un doctor especialista en el aparato digestivo que nos enseña cómo influyen frutas, verduras y demás alimentos en nuestras digestiones y cómo evitar o superar problemas en la digestión.

También aporta información para que cualquiera pueda sacar adelante un pequeño huerto, urbano o rural, por eso cada semana en “La huerta de Aquí la tierra” se dedica a conocer cómo cultivar un producto.

Y por supuesto, no olvidamos que debemos cuidar el entorno y eso incluye no usar plásticos, de hecho, los reporteros siempre van a los mercados con una bolsa reutilizable con el nombre del programa. Es otro punto fundamental en la visión del programa, concienciar a los espectadores en reciclar, reutilizar, para colaborar cada uno con sus posibilidades, y desde su entorno más cercano a vivir en un planeta mejor.

Desde **La2**, se procura tener siempre presente el valor educativo y los hábitos saludables, en sus programas que incluyen cocina y/o gastronomía. Como, por ejemplo, en el programa de producción propia **Activa2** un programa que propone hábitos saludables para lograr una mejor calidad de vida.

Por otra parte, me gustaría resaltar el papel de la Corporación RTVE en su tarea educativa y divulgativa entre el público infantil y juvenil. Mensualmente, Clan desarrolla campañas de concienciación, con la que se busca reforzar y sensibilizar tanto a padres como a niños y jóvenes de la necesidad de consumir una alimentación equilibrada y moderada y de la práctica habitual de actividad física.

En este ámbito del consumo, podríamos destacar campañas como : “Hábitos Saludables” y “Uso Responsable de Internet”, desarrolladas en 2018; “Protección de datos personales en la Red” y “Fomento del reciclaje” realizadas en el primer semestre de 2019; y la prevista para noviembre de este mismo año: “Fomento del consumo de frutas y verduras”.

En este apartado dedicado al ámbito del consumo en TVE no podemos dejar de señalar los espacios informativos en los que se realizan entrevistas, debates y se dan a conocer distintos puntos de vista de las organizaciones, asociaciones y entidades más importantes de nuestro país que defienden los derechos de los usuarios y consumidores; siempre desde un prisma objetivo, plural e independiente. A su vez, programas como “La noche temática” o “Documentos TV” también abordan frecuentemente los derechos de los consumidores en reportajes de diversa índole que se emiten en dichos espacios.

RNE:

En Radio Nacional también se mantiene una especial preocupación por trasladar a la sociedad hábitos saludables en su alimentación y así lo reflejamos de manera relevante en nuestros programas:

Una sección fija con la Organización de consumidores y usuarios en el programa “No es un día cualquiera” con emisión los fines de semana.

Dos secciones dedicadas a la nutrición en los espacios “Las mañanas de RNE” y “Esto me suena”.

Puntualmente, y de forma destacada, se ha profundizado en diferentes campañas de defensa del consumidor en programas como “Por tres razones” y el espacio de nuevas tecnologías “5.0”

En Radio 5:

Un espacio de cinco minutos titulado “Consumo gusto” que se emite los sábados y los domingos.

También se emiten contenidos sobre este tema en espacios como “Alimento y salud” o “Agro 5”

En Radio 5 se pondrá en antena, a partir de octubre, un nuevo programa dedicado a los asuntos de consumo.

En Radio Exterior: se emiten cuatro programas con contenidos relacionados total o parcialmente con el consumo y los derechos de los consumidores

“Marca España”: Información sobre todos los productos, proyectos y congresos dirigidos a promocionar todo lo realizado en España y su vertiente internación.

“Sostenible y renovable” ha dedicado parte de sus contenidos a todo lo relacionado con consumo de productos contaminantes. Y alentando el consumo responsable.

“Punto de Enlace” ha informado de las campañas institucionales llevadas a cabo por los gobiernos tanto centrales, como autonómicos y locales.

“Españoles en la mar” emite numerosos reportajes relacionados con la producción comercialización y distribución de todos los productos agrícolas, ganaderos y pesqueros.

WEB:

RTVE, además, reproduce en su portal Web programas y espacios sobre alimentación saludable entre los que destaca “Sin Huella”, del Lab RTVE.

Para acabar de responder esta cuestión me gustaría reseñar que los espacios informativos -diarios y no diarios- de todos nuestros medios (televisión, radio y web) desempeñan un papel crucial al abordar y hacerse eco de los principales asuntos que interesan a usuarios y consumidores.

- ¿Tiene previsto Administradora Única Provisional de RTVE impulsar medidas con las que incrementar la presencia de contenidos relacionados con el consumo en Radio Televisión Española?

RTVE, seguirá potenciando e incrementando el número de programas cuyos contenidos muestren al espectador como consumir de manera saludable y responsable. Ya, una gran parte muy importante de nuestra programación gira entorno a informar a la ciudadanía, de una manera amena e instruida, como conseguir llevar una alimentación saludable en sus vidas.

- De ser así, ¿Qué tipo de medidas? ¿En qué plazo de tiempo? ¿Con cuanta dotación presupuestaria?

Como he citado al inicio de mi respuesta creemos, sinceramente, que no tenemos carencias en la presencia de contenidos relacionados con el consumo, eso no significa que cada año no sigamos potenciando e incrementando los contenidos sobre este aspecto de interés general para todos los ciudadanos, como televisión pública que somos. El determinar una cuantía exacta presupuestaria es muy complejo, ya que una gran cuantía de los contenidos sobre consumo se tratan en parte de diferentes programas y secciones, de manera transversal y no exclusiva, como ha podido comprobar en mi primera respuesta.

En Madrid, a 19 de septiembre de 2019

LA ADMINISTRADORA PROVISIONAL ÚNICA DE LA CORPORACIÓN RTVE



ADMINISTRADORA
PROVISIONAL ÚNICA

Rosa María Mateo Isasi