



BOLETIN OFICIAL
DE LAS CORTES GENERALES

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

VI LEGISLATURA

Serie B:
PROPOSICIONES DE LEY

30 de junio de 1997

Núm. 109-1

PROPOSICIÓN DE LEY

122/000090 **Defensa de la pluralidad y de la transparencia en la propiedad de los medios de comunicación.**

Presentada por el Grupo Parlamentario Federal de Izquierda Unida-Iniciativa per Catalunya.

La Mesa de la Cámara, en su reunión del día de hoy, ha adoptado el acuerdo que se indica respecto del asunto de referencia:

(122) Proposición de Ley de Grupos Parlamentarios del Congreso.

122/000090.

AUTOR: Grupo Parlamentario Federal de Izquierda Unida-Iniciativa per Catalunya.

Proposición de Ley de defensa de la pluralidad y de la transparencia en la propiedad de los medios de comunicación.

Acuerdo:

Admitir a trámite, trasladar al Gobierno a los efectos del artículo 126 del Reglamento, publicar en el BOLETÍN OFICIAL DE LAS CORTES GENERALES y notificar al autor de la iniciativa.

En ejecución de dicho acuerdo, se ordena la publicación de conformidad con el artículo 97 del Reglamento de la Cámara.

Palacio del Congreso de los Diputados, 24 de junio de 1997.—El Presidente del Congreso de los Diputados, **Federico Trillo-Figueroa Martínez-Conde**.

A la Mesa del Congreso de los Diputados

Al amparo de lo establecido en el Reglamento de la Cámara, se presenta la siguiente Proposición de Ley de defensa de la pluralidad y de la transparencia en la propiedad de los medios de comunicación.

Palacio del Congreso de los Diputados, 18 de febrero de 1997.—**Felipe Alcaraz Masats**, Diputado del Grupo Parlamentario Federal IU-IC.—**Rosa Aguilar Rivero**, Portavoz del Grupo Parlamentario Federal IU-IC.

Exposición de Motivos

La Constitución española en su artículo 20 reconoce y protege el derecho de expresar y a difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones, así como a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión.

La libertad de expresión y en concreto la libertad de información cumplen un cometido fundamental en las sociedades democráticas al constituir el vehículo, de la transmisión de las ideas y de las informaciones que conducen a la conformación de una opinión pública libre. Este cometido, de las libertades de comunicación, resulta inherente a la idea de sistema democrático, pudiéndose afirmar que constituyen la clave de bóveda de la democracia, reconociendo en ellas la propia Constitución derechos de carácter fundamental.

El proceso de conformación de la opinión pública y por tanto de posicionamiento de los ciudadanos y por extensión de los distintos grupos sociales, se encuentra íntimamente ligado a los canales de información que recibe, siendo indiscutible que a mayor número de posibilidades de acceso a distintos medios de comunicación se fomenta la diversidad de opiniones y con ello el grado de libertad del conjunto de la sociedad.

El papel que cumplen los medios de comunicación, la prensa, la radio, la televisión por ondas o por cable, las agencias de noticias o cualesquiera otros existentes o por desarrollar, es fundamental para la transmisión de las opiniones y de las informaciones que conformarán la opinión de los ciudadanos libres. Los medios de comunicación constituyen un soporte precioso en la sociedad actual para los derechos recogidos en el artículo 20 de nuestra Constitución.

Los procesos de concentración de medios de comunicación en nuestro país, así como en otros países de nuestro entorno cultural y político, constituyen una seria amenaza para los derechos de dar y recibir los ciudadanos información veraz y de interés público, compromete gravemente el ejercicio efectivo de los derechos de libre expresión y libre información. Asistimos a procesos de concentración que no sólo afectan a distintas publicaciones o emisoras en un mismo medio de comunicación, ya sea en la prensa, en la radio o la televisión por ondas o por cable, sino que nos encontramos con procesos de concentración «multimedia» en los que se llegan a generar situaciones de carácter claramente oligopólico, detentando operadores económicos con presencia en los medios de comunicación posiciones que resultan no ya dominantes de este mercado, sino gravemente perjudiciales para la pluralidad necesaria para el libre ejercicio de los derechos señalados.

La presente ley pretende establecer en primer lugar una regulación sobre la titularidad de los medios de comunicación privados en nuestro país para garantizar por un lado la transparencia en la propiedad de los medios de comunicación y por otro la pluralidad de medios, que garantice la libertad de comunicación a todos los ciudadanos, así como la del libre acceso a la información y al ocio.

El Título segundo de la ley recoge los requisitos de las sociedades cuyo objeto social sea la comunicación, el cual no puede ser compartido con ninguno otro, así como las condiciones de acceso del capital a estas sociedades, publicidad de la titularidad de las participaciones sociales, difusión de audiencias, tiradas y datos de la sociedad del titular del medio de comunicación y de información de los principales socios y gestores de los medios, para conocimiento de sus usuarios y del conjunto de la sociedad.

Las disposiciones relativas a las garantías para la pluralidad de medios de comunicación lo hacen desde una doble perspectiva tomando como base el ámbito de difusión del medio de que se trate. Por un lado la garantía de pluralidad horizontal, para empresas o grupos de empresas que desarrollan su actividad en un mismo sector de la comunicación, la radiodifusión, la prensa o la televisión por ondas o por cable entre otros posibles. Por otro lado se pretende garantizar la pluralidad de medios de comunicación en aquellos supuestos de concentración multime-

dia y multisectoriales en los que una empresa o un grupo de empresas controla diferentes medios de comunicación en diferentes actividades de la comunicación. El objetivo de la pluralidad de medios es el garantizar la posibilidad de libre elección de medios por parte de los ciudadanos.

Se crea un organismo con la misión de velar por el cumplimiento de la presente Ley, el Consejo de la Comunicación, garante de la publicidad de los datos de titularidad, operaciones de capital y miembros de los Consejos y Gerentes de las sociedades de comunicación así como de sus principales accionistas, para el público conocimiento y en concreto para el de sus usuarios.

El Consejo de la Comunicación, se configura como un Ente de Derecho Público de los previstos en el artículo 6.5 del Real Decreto Legislativo 1091/1988, con personalidad jurídica propia y plena capacidad, autonomía orgánica y funcional para el cumplimiento de sus funciones adscrito al Ministerio de Economía. El Consejo cuenta con la presencia de expertos en la materia que es su objeto, así como de representantes de los sindicatos y de las organizaciones empresariales presentes en el sector.

El Consejo de la Comunicación se configura como un órgano de carácter consultivo en materia de comunicación pública. La función consultiva que se instituye a través del Consejo se ejercerá en relación con la actividad normativa del Gobierno y de las Cortes Generales en esta materia. Esta función se materializará a través de informes preceptivos o facultativos, según los casos, o a propia iniciativa, de informes o dictámenes. Junto con la anterior función el Consejo, ejercerá el control del registro de las operaciones sociales, actos o negocios jurídicos efectuados por las sociedades inscritas como operadoras en medios de comunicación, además de lo cual el Consejo también velará por garantizar el acceso de los ciudadanos a las señales audiovisuales sin codificar para el caso de eventos deportivos, culturales o de cualquier otro tipo que el propio Consejo determine de forma periódica que revisten revelaría o interés social.

Son funciones del Consejo de la Comunicación en lo que a las sociedades operadoras en los medios de comunicación se refiere las atribuidas al Servicio de Defensa de la Competencia en el artículo 31 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, correspondiendo al Tribunal de Defensa de la Competencia la adopción de medidas oportunas que remuevan los ataques que sufra la pluralidad y transparencia de los medios de comunicación en nuestro país, de acuerdo con lo previsto en esta ley.

PROPOSICIÓN DE LEY DE DEFENSA DE LA PLURALIDAD Y DE LA TRANSPARENCIA EN LA PROPIEDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

TÍTULO PRIMERO

DISPOSICIONES PRELIMINARES

Artículo primero. Ámbito

Las disposiciones contenidas en la presente Ley afectan a todas las personas físicas o jurídicas titulares de

medios de comunicación de cualquier clase independientemente del soporte utilizado para la misma. Prensa escrita, radiodifusión, televisión por ondas o cable, en soporte magnético, informático o cualesquiera otros desarrollados o por desarrollar, así como a aquellas infraestructuras terrestres, por satélite o por cable, que resulten imprescindibles para la transmisión de señales de radio o de televisión.

Artículo segundo. Objeto

Es objeto de la presente Ley regular el régimen de propiedad de los medios de comunicación y de las infraestructuras de difusión de señales de televisión y radio, y sus límites para garantizar la transparencia en la titularidad de los mismos, así como la pluralidad en la propiedad de los medios de comunicación, tanto de igual clase como en su conjunto, evitando la concentración de los mismos.

Artículo tercero. Sociedades de titularidad pública o semipública

1. Quedan fuera del ámbito de la presente Ley aquellos medios de comunicación de cualquier clase, de titularidad pública ya sea de carácter estatal, autonómico o local.

2. Las sociedades operadoras en medios de comunicación de cualquier clase o en sociedades explotadoras de infraestructuras de difusión de señales terrestres, por satélite o por cable de televisión y radio, en las cuales haya participación mixta de capital de titularidad pública y privada se encuentran sometidas a la presente Ley a todos los efectos.

TÍTULO SEGUNDO

DE LA TRANSPARENCIA EN LA TITULARIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Artículo cuarto. Atribución del propio nombre

Se prohíbe atribuir el propio nombre en forma alguna a cualquier persona, física o jurídica que posea, controle o participe de la dirección de una empresa del ámbito de la comunicación.

Artículo quinto. Objeto de las sociedades

1. Las sociedades constituidas cuyo objeto sea la comunicación en cualquiera de sus modalidades, tendrán como único objeto social aquellos directamente relacionados para el cumplimiento de sus fines.

2. Las personas jurídicas cuyo objeto sea la comunicación que tengan la forma de Sociedades Anónimas tendrán señalado un capital mínimo que será el establecido por la normativa específica reguladora de cada uno de los medios en que actúe la Sociedad.

3. Las acciones, participaciones o títulos equivalentes de las sociedades cuyo objeto sea la comunicación deberán revestir forma nominativa y ser inscritas en el libro de accionistas de cada Sociedad.

Artículo sexto. Nacionalidad

1. Sin perjuicio de lo previsto en el derecho comunitario europeo, las sociedades cuyo objeto social sea la comunicación o la explotación de infraestructuras de difusión de la señal de televisión o de radio, que operen en territorio español, deberán tener la nacionalidad española y estar domiciliadas en España.

2. La participación extranjera en su capital no podrá superar directa o indirectamente el 25 por 100 del mismo.

Por participación extranjera no se entenderá la que corresponda a personas físicas o jurídicas que posean la nacionalidad de uno de los estados miembros de la Unión Europea.

Artículo séptimo. Autorización administrativa

1. Sin perjuicio de las competencias que le sean propias a las Comunidades Autónomas en esta materia, requerirán la previa autorización administrativa todos los actos y negocios jurídicos que impliquen la transmisión, disposición o gravamen de las acciones de las sociedades cuyo objeto sea la comunicación, así como la emisión de obligaciones o de títulos similares.

2. Será requisito constitutivo de los actos y negocios jurídicos mencionados en el apartado anterior su formalización mediante documento autorizado por fedatario público. Éste no intervendrá o autorizará documento alguno sin que se acredite la preceptiva autorización administrativa.

El acto o negocio jurídico efectuado deberá ser inscrito en el Registro Especial de Sociedades de Comunicación del Consejo de la Comunicación.

3. Las autorizaciones a que se refiere el presente artículo serán acordadas por el Consejo.

Artículo octavo. Auditoría externa

Las sociedades de comunicación deberán someter sus cuentas de explotación a una auditoría externa con una periodicidad anual. Los resultados de cada auditoría serán remitidos por las sociedades al Consejo.

Artículo noveno. Publicidad de las acciones

1. Sólo podrán ser accionistas de las sociedades cuyo objeto social sea la comunicación, las personas físicas y aquellas personas jurídicas que revistan la forma de sociedades cooperativas y sociedades mercantiles, siempre que sus participaciones sociales sean nominativas.

Cualquier otra entidad que quisiera operar en alguno de los medios de comunicación de los que es objeto la

presente Ley, deberá constituir una sociedad de las prevista en el párrafo anterior, debiendo ser sus participaciones sociales de carácter nominativo.

2. La participación de personas físicas y jurídicas en más de una sociedad, cuyo objeto sea la comunicación, estará sometida a los límites establecidos en el Título tercero de esta Ley.

3. La totalidad de las acciones, participaciones o títulos equivalentes de personas físicas o jurídicas extranjeras no podrá en ningún momento ni directa, ni indirectamente, superar el 25 por ciento del capital de una sociedad cuyo objeto sea la comunicación.

Artículo décimo. Supuestos de interposición

A los efectos previstos por la presente Ley, serán considerados supuestos de interposición o de participación indirecta todos aquellos en los que, mediante acuerdos, decisiones o prácticas concertadas, se produzca el resultado del control o dominación efectiva del capital en proporción superior a la autorizada por esta Ley.

Artículo decimoprimer. Publicidad del registro

Los datos depositados en el Registro de Sociedades de Comunicación del Consejo de Defensa de la Transparencia y Pluralidad de los Medios de Comunicación son públicos.

Artículo decimosegundo. Cesión de acciones

Toda cesión o promesa de cesión de acciones, participaciones o títulos equivalentes que tenga como efecto la adquisición directa o indirecta de al menos un 5 por ciento de las acciones de una empresa cuyo objeto sea la comunicación, deberá ser publicada dentro del plazo de un mes a través del medio, o de los medios de comunicación de la sociedad.

Artículo decimotercero. Publicidad de los datos de la Sociedad de Comunicación

Toda sociedad de comunicación estará obligada a poner en conocimiento de sus usuarios los siguientes datos:

a) En cada número de publicación o día de emisión mediante anuncio al inicio de su programación diaria:

1. Nombre de la Sociedad, duración, razón social, nombre de su representante legal y sus tres principales socios.
2. Nombre del Director de la publicación o emisora y del responsable de redacción y programación según los casos.
3. Tirada y audiencia según los casos.

En el caso de haberse confiado a un gerente o a una sociedad de gestión lo previsto en el apartado 1.º, será aplicable igualmente al gerente o a la sociedad de gestión.

b) En el transcurso del mes de enero posterior a cada ejercicio se harán públicos, mediante anuncio al efecto los siguientes datos según se trate de cada medio de comunicación:

1. Tirada o audiencia media. Se detallará la difusión y audiencias medias por días de la semana, por meses y en el caso de televisión y radio por franjas horarias.

2. El balance y la cuenta de resultados de la sociedad de comunicación titular del medio de comunicación, acompañados por la cuenta de resultados de las publicaciones o medio de comunicación que pertenezca o se encuentre participado por la sociedad de comunicación.

3. El nombre del gerente o gerentes de la sociedad.

4. Composición de los órganos de administración y dirección de la sociedad.

5. Listado de los veinte principales accionistas, con detalle del número de acciones que detentan y valor total de éstas.

6. Nombre de las publicaciones o medios editados o promovidos por la sociedad.

TÍTULO TERCERO

DE LA DEFENSA DE LA PLURALIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

CAPÍTULO I

Prensa

Artículo decimocuarto. Límites en diarios nacionales

Una persona física o jurídica podrá poseer o controlar varios diarios nacionales de información general si el total de su difusión no excede el 15 por 100 de la difusión de todos los diarios nacionales de la misma naturaleza.

Se considera como nacional un diario, sumando todas sus ediciones, que realice el 20 por 100, por lo menos, de su difusión, fuera de sus tres regiones principales de difusión o que dedique de manera regular más de la mitad de su superficie de redacción a la información nacional e internacional.

Artículo decimoquinto. Límites en diarios regionales o locales

Una persona física o jurídica podrá poseer o controlar varios diarios regionales, o locales de información política y general, si el total de la difusión de éstos no excede el 15 por 100 de la difusión de todos los diarios regionales o locales de la misma naturaleza en el conjunto del territorio del estado.

Artículo decimosexto. Límites en diarios regionales o locales y nacionales

Una persona física o jurídica podrá poseer o controlar uno o varios diarios regionales o locales de información general, y uno o varios diarios nacionales de la misma

naturaleza, si la difusión o las difusiones de estos diarios no exceden:

1.º En los diarios nacionales, el 10 por 100 del total de la difusión de todos los diarios nacionales de la misma naturaleza.

2.º En los diarios regionales o locales, el 10 por 100 del total de la difusión de todos los diarios regionales o locales de la misma naturaleza.

Artículo decimoséptimo. Períodos de apreciación

Los techos del 15 por 100 fijados en los artículos 14 y 15 y los del 10 por 100 fijados en el artículo 16 serán objeto de apreciación en un mismo período constituido por los seis últimos meses conocidos que hayan precedido la adquisición o la toma de control.

Artículo decimooctavo. Plantillas de redacción

Toda publicación diaria de información y general estará obligada a tener su equipo de redacción propio.

El equipo de redacción deberá ser suficiente para garantizar la autonomía y no dependencia profesional respecto de otros medios o publicaciones de concepción de esta publicación.

CAPÍTULO II

Televisión y Radiodifusión

Artículo decimonoveno. Límites en Televisión

1. Ninguna persona física o jurídica podrá ser titular, directa o indirectamente, de más del 25 por ciento del capital de una sociedad cuyo objeto sea la televisión por ondas o por cable.

2. Ninguna persona física o jurídica podrá ser titular, directa o indirectamente, de más del 25 por ciento del capital de una sociedad cuyo objeto sea la difusión de señales de televisión o radio por medio terrestre, por satélite, por cable o cualesquiera otros medios existentes o por existir.

3. Las personas físicas o jurídicas poseedoras de más del 10% del capital social de una sociedad concesionaria de Televisión y éstas, de las previstas en la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada y en la Ley 35/1992, de 22 de diciembre, de la Televisión por Satélite no podrán tener participación directa o indirecta en las sociedades que sean propietarias de Televisiónes locales.

Artículo vigésimo. Límites de acceso a otros medios

1. Las sociedades adjudicatarias de concesiones de radiodifusión y televisión según lo previsto en las leyes reguladoras de cada uno de estos sectores tienen limitado su acceso a otros sectores de la comunicación, pudiendo acceder en las condiciones previstas por esta Ley en sólo otro sector.

2. Las sociedades operadoras de telecomunicaciones por cable con red propia, o propietarias de infraestructuras de las señaladas en el artículo 19.2 de la presente Ley, no podrán operar directa o indirectamente a través de estas infraestructuras para la prestación de servicios de comunicación social como son la difusión sonora y la televisión

Artículo vigésimo primero

1. Para poder ser titular de una concesión de algún servicio público de radiodifusión sonora, deberán reunirse los siguientes requisitos:

- a) Los generales recogidos en la presente Ley.
- b) No hallarse comprendido en alguna de las circunstancias enumeradas en el artículo 9 de la Ley de Contratos del Estado.
- c) Si se trata de entidades sin ánimo de lucro, los titulares de sus órganos directivos y tutelares deberán ostentar la nacionalidad española y estar domiciliados en España.
- d) En ningún caso, una misma persona física o jurídica de forma directa o indirecta a través de su participación en otra sociedad, podrá ser titular de más de una concesión para la explotación de servicios de radiodifusión sonora de onda media ni de más de dos concesiones para la explotación de servicios de radiodifusión sonora de ondas métricas con modulación de frecuencia que coincidan substancialmente en su ámbito de cobertura.

e) Una persona física o jurídica de forma directa o indirecta a través de su participación en otra sociedad, no podrá participar en más de una sociedad concesionaria cuando exploten servicios de radiodifusión sonora que coincidan substancialmente en su ámbito de cobertura.

f) Cualquier modificación en la titularidad de las acciones, participaciones o títulos equivalentes de las sociedades concesionarias del servicio público de radiodifusión sonora, así como las ampliaciones de capital cuando la suscripción de acciones o títulos equivalentes no se realice en idéntica proporción entre los propietarios del capital social, deberá ser comunicada y autorizada previamente por el Consejo de la Comunicación.

g) No podrá ser concesionario quien, habiendo obtenido anteriormente una concesión, no haya asegurado previamente la continuidad en el servicio, o habiendo sido sancionado con falta calificada de muy grave, en aplicación del régimen sancionador de la Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones, le hubiera sido revocada la concesión.

h) A la hora de la adjudicación de las concesiones del servicio público de la radiodifusión se atenderá al criterio de que actuará en demérito el ser titular de otras concesiones en la Televisión, Televisión por satélite, en la radiodifusión, o en cualesquiera otro medio de comunicación sujeto a régimen de concesión administrativa.

2. En la concesión de los servicios públicos a que se hace referencia en este artículo serán de aplicación los siguientes criterios y condiciones:

a) La concesión se otorgará por un plazo de diez años y podrá ser renovada sucesivamente por períodos iguales.

b) El adjudicatario de la concesión del servicio público de radiodifusión estará obligado a tener un equipo técnico y de redacción propio que deberá resultar suficiente para garantizar la autonomía y no dependencia profesional o técnica respecto de otros medios.

3. Los titulares de los servicios de radiodifusión sonora vendrán obligados a difundir gratuitamente, citando su procedencia, los comunicados y avisos de carácter oficial y de interés público que procedan de las autoridades que reglamentariamente se determinen.

4. En todo caso los titulares de los servicios de radiodifusión se encuentran obligados a garantizar el servicio que es objeto de la concesión, resultando contrarias a la presente Ley aquellas operaciones que tendieran o pudieran suponer la reducción de la oferta radiofónica derivada de las concesiones y que atentan a la pluralidad de medios de comunicación.

Artículo vigésimo segundo. Declaración a la Comisión

Toda persona que ceda o adquiera la propiedad o el control de una empresa de prensa que edite o explote un diario de información general o empresa de televisión o radio, hará antes de que se realice la operación la declaración correspondiente a la Comisión que se instituye en el Título Cuarto de esta Ley.

En un plazo de tres meses desde la fecha de declaración, la Comisión, si estima que la operación proyectada es susceptible de atentar al pluralismo de la prensa en el sentido de los artículos 14 al 21 de la presente Ley, advertirá de ello a las personas interesadas después de haberlas oído de forma previa a la remisión del expediente para su instrucción al Tribunal de Defensa de la Competencia.

TÍTULO CUARTO

DEL CONSEJO DE LA COMUNICACIÓN

Artículo vigésimo tercero. Creación y naturaleza jurídica

1. Se crea el Consejo de la Comunicación, con la composición, organización y funciones que se determinan en la presente Ley.

2. El Consejo es un órgano consultivo del Gobierno y de las Cortes Generales en materia de Comunicación, además de asumir las funciones de Servicio de Defensa de la Competencia en el sector de la comunicación pública en los términos y con las funciones previstas en la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia, así como de garantía del libre acceso por los ciudadanos a las retransmisiones de eventos de marcado interés social.

3. El Consejo de la Comunicación se configura como un Ente de Derecho Público de los previstos en el ar-

tículo 6.5 del Real Decreto Legislativo 1091/1988, de 23 de septiembre, Texto Refundido de la Ley General Presupuestaria, con personalidad jurídica propia y plena capacidad, autonomía orgánica y funcional para el cumplimiento de sus fines, estando adscrito al Ministerio de Cultura.

4. El Consejo tendrá su sede en Madrid.

Artículo vigésimo cuarto. Composición

1. El Consejo estará integrado por 20 miembros, incluido su Presidente. De ellos un primer grupo de 10 miembros, en representación de los profesionales de la comunicación y de las empresas y los otros 10, que constituirán un segundo grupo a elegir por las Cortes Generales de entre expertos en las materias competencia del Consejo.

2. Los miembros del Consejo representantes del grupo primero serán designados de la siguiente forma:

a) 5 miembros a propuesta de los sindicatos y las organizaciones profesionales representativas de los periodistas.

b) 5 miembros a propuesta de las organizaciones empresariales o empresas del sector.

3. Los miembros del Consejo representantes del grupo segundo serán elegidos por el Congreso de los Diputados por mayoría de 3/5.

Artículo vigésimo quinto. Nombramiento, mandato y cese

1. El Presidente del Consejo de la Comunicación será nombrado por el Gobierno de la Nación a propuesta del Pleno del Consejo. En todo caso, la persona cuyo nombramiento se proponga deberá contar con el apoyo de, al menos, dos tercios de los miembros del Consejo.

2. El mandato de los miembros del Consejo, incluido Presidente, será de cuatro años, no renovables, que comenzará a computarse desde el día siguiente al de la publicación en el «Boletín Oficial del Estado» del nombramiento de los mismos.

No obstante, los miembros del Consejo, incluido su Presidente, continuarán en el ejercicio de sus funciones hasta la toma de posesión de los miembros del nuevo Consejo.

3. Los miembros del Consejo cesarán por alguna de las causas siguientes:

a) El Presidente por decisión del Pleno del Consejo adoptada por, al menos, dos tercios de sus miembros.

b) Por expiración del plazo de su mandato.

c) A propuesta de las organizaciones que promovieron el nombramiento.

d) Por renuncia aceptada por el Presidente del Consejo y en el caso de éste por el Pleno del Consejo.

e) Por fallecimiento.

f) Por violar la reserva propia de su función, correspondiente su apreciación al Pleno del Consejo.

g) Por haber sido condenado por delito doloso.

4. Toda vacante anticipada en el cargo, que no sea por expiración del mandato, será cubierta por la organización o por la Cámara, según el caso, a quien corresponda el titular del puesto vacante. El mandato del así nombrado expirará al mismo tiempo que el de los restantes miembros del Consejo.

Artículo vigésimo sexto. Incompatibilidades

La condición de miembro del Consejo de la Comunicación será incompatible con el ejercicio de cualquier cargo o actividad que impida o menoscabe el desempeño de las funciones que le son propias.

Artículo vigésimo séptimo. Funciones

Son funciones del Consejo:

a) Las propias del Servicio de Defensa de la Competencia, según lo previsto en la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la Competencia en materia de conductas del mercado de la comunicación pública.

b) El Registro de Sociedades, cuyo objeto social sea la comunicación, previsto en la presente Ley.

c) Emitir dictámenes o informes a petición del Gobierno o de las Cortes Generales sobre las materias que le son propias.

d) Emitir dictamen con carácter preceptivo sobre:

— Anteproyectos de leyes del Estado, proyectos de Reales Decretos Legislativos y proyectos de Reales Decretos que regulen materias de la competencia del Consejo.

— Anteproyectos de ley o proyectos de disposiciones administrativas que afecten a la organización, competencias o funcionamiento del Consejo.

e) Elaborar, a solicitud del Gobierno o de sus miembros, o por propia iniciativa, estudios o informes sobre las materias objeto del Consejo.

f) Regular el Régimen de organización y funcionamiento internos del Consejo, de acuerdo con lo previsto en la presente Ley.

g) Elaborar y elevar anualmente al Gobierno y a las Cortes Generales, dentro de los tres primeros meses de cada año, una Memoria en la que se expongan sus consideraciones sobre la situación de la pluralidad y transparencia de los medios de comunicación.

h) Recabar de las distintas Administraciones Públicas la información que necesite para el ejercicio de sus funciones.

i) Todas aquellas otras que le son propias en virtud de la presente Ley.

Artículo vigésimo octavo. Libre acceso a eventos declarados de interés social

1. El Consejo de la Comunicación determinará con la suficiente antelación y con una periodicidad semanal, aquellos acontecimientos deportivos, culturales o de cualquier otro tipo de carácter oficial y de naturaleza pro-

fesional para los que se deberá garantizar el libre acceso y concurrencia de los medios de comunicación que garanticen el derecho a la información abierta para el conjunto de los ciudadanos.

2. El Consejo de la Comunicación, elaborará un catálogo de acontecimientos de marcada relevancia e interés social sobre los cuales no se podrán efectuar adquisiciones de derechos que impliquen la codificación de las señales de retransmisión o la exclusividad en el acceso a los recintos o a su información en tiempo real por radio o televisión.

3. Los medios de comunicación se podrán dirigir al Consejo de la Comunicación en consulta respecto de qué acontecimientos concretos quedan afectados por el presente artículo.

4. El Consejo de la Comunicación velará por el libre ejercicio por los medios de comunicación del derecho a la libertad de información, garantizando:

a) El libre acceso de los medios de comunicación social a los recintos en los que se desarrollen eventos declarados de interés social.

b) La difusión por cualquier medio, de la información relativa a los acontecimientos declarados de interés social, incluidas las informaciones por radio y televisión en programas informativos especializados o no de forma simultánea a la celebración del acontecimiento objeto de la información.

c) Las informaciones referidas en la letra anterior no estarán sujetas a contraprestaciones económicas, ni podrán verse limitadas por operaciones de cesión en exclusiva o no de derechos de difusión de la señal de televisión o radio de las mismas.

Artículo vigésimo noveno. Régimen económico-financiero y de contratación del personal

1. El Consejo de la Comunicación contará para el cumplimiento de sus fines con los recursos económicos que al efecto se consignen en los Presupuestos Generales del Estado, disfrutando del régimen tributario de éste.

2. El Consejo formulará anualmente su propuesta de anteproyecto de presupuesto, que será aprobado por el Pleno y remitido, a través de su Presidente, al Ministerio de Cultura, el que, con base en tal propuesta, formulará el anteproyecto del presupuesto del Ente y le dará traslado al Ministerio de Economía y Hacienda a los efectos oportunos.

3. La contratación del Consejo se ajustará a los principios de publicidad, concurrencia, salvaguardia del interés público y homogeneización de comportamientos en el sector público, establecidos en la Disposición Transitoria Segunda del Reglamento General de Contratación del Estado, desarrollándose en régimen de Derecho privado.

4. El personal del Consejo quedará vinculado a éste por una relación sujeta al derecho laboral. La selección del personal, con excepción del de carácter directivo, se

hará mediante convocatoria pública y de acuerdo con sistemas basados en los principios de mérito y capacidad.

DISPOSICIONES ADICIONALES

Primera

Las funciones asignadas al Servicio de Defensa de la Competencia según lo previsto en el artículo 31 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de defensa de la competencia, lo serán del Consejo de la Comunicación para el ámbito de las sociedades operadoras en medios de comunicación en los términos de la presente Ley.

Segunda

Se modifican los artículos 1.º y 25 de la Ley 16/1989, de 17 de julio, de Defensa de la competencia en los siguientes términos:

1. Se crea un nuevo punto 3 en el artículo 1.º con el siguiente texto:

«Las previstas en la Ley de Defensa de la Pluralidad y de la transparencia en los medios de comunicación para el caso de conductas realizadas en o por sociedades cuyo objeto social sea la comunicación.»

2. El artículo 25.b) queda con la siguiente redacción:

«b) Interesar la instrucción de expedientes del Servicio de Defensa de la Competencia y del Consejo de la Comunicación.»

Tercera

Se modifica el artículo 3.1 de la Ley 35/1992, de 22 de diciembre, de la Televisión por satélite en los siguientes términos:

Se sustituye el párrafo tercero por el siguiente texto:

«Los concesionarios de este servicio sólo podrán serlo de una concesión, con excepción de que la titularidad corresponda al ente Radio Televisión Española.»

Cuarta

Se modifica la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada en el sentido de que se crea un nuevo artículo 10-bis con el siguiente texto:

«10-bis. A la hora de la adjudicación de las concesiones por el Gobierno se atenderá al criterio de que actuará en demérito el ser titular de otras concesiones en la Televisión por satélite o en la radiodifusión, o en cualquiera otro medio de Comunicación en régimen de concesión.»

Quinta

Se modifican los artículos 1.º y 15 y Disposición Adicional Sexta de la Ley 31/1987 de Ordenación de las Telecomunicaciones, modificada por la Ley 32/1992, de 3 de diciembre, en los siguientes términos:

1.º Se añade «in fine», al punto 1 del artículo 1 el siguiente texto:

«... así como la pluralidad y transparencia en la titularidad de las sociedades concesionarias de los servicios de la radiodifusión en los términos que establezcan las leyes de defensa de la competencia, pluralidad y transparencia de los medios de comunicación.»

2.º Se suprime el último párrafo del apartado 2 del artículo 15.

3.º La Disposición Adicional Sexta queda sin contenido.

Sexta

Las Comunidades Autónomas en el ejercicio de sus competencias legítimas en materia de contenidos audiovisuales, podrán determinar aquellos acontecimientos que consideren de interés social que se celebren en el ámbito territorial de su Comunidad Autónoma, a los efectos de lo previsto en el artículo vigésimo octavo de la presente Ley.

La determinación de estos eventos por las Comunidades Autónomas será comunicada al Consejo de la Comunicación, para su público y general conocimiento.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera

El Consejo de la Comunicación se constituirá dentro del plazo de cuatro meses desde la entrada en vigor de la presente Ley.

Segunda

Las sociedades operadoras en medios de comunicación a la entrada en vigor de la presente Ley, deberán adaptar su actividad, situación social y Estatutos a lo establecido en esta Ley en el plazo máximo de un año a partir de la publicación de esta Ley en el «Boletín Oficial del Estado».

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo establecido en la presente Ley.

DISPOSICIÓN FINAL

La presente Ley entrará en vigor a los tres meses de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».