

ADMINISTRACIÓN LOCAL

Ayuntamiento de Priego de Córdoba

Núm. 1.193/2014

El Pleno de la Corporación, en sesión celebrada con fecha treinta de septiembre de dos mil trece, ha adoptado acuerdo de aprobación provisional de la Ordenanza Municipal reguladora del Servicio Público Municipal de Radio de Priego de Córdoba.

Durante su exposición pública mediante tablón de Anuncios Municipal y publicación en el Boletín Oficial de la Provincia de fecha 10 de enero de 2014, no se han presentado alegaciones, por lo que el referido acuerdo provisional queda elevado a definitivo entrando en vigor a partir de su publicación íntegra en el referido Boletín Oficial de la Provincia a cuyos efectos se acompaña como anexo el texto íntegro de la Ordenanza aprobada. Contra esta elevación a definitivo cabe interponer Recurso Contencioso-Administrativo en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de la publicación del presente anuncio en el Boletín Oficial de la Provincia.

ORDENANZA REGULADORA DEL SERVICIO PÚBLICO MUNICIPAL DE RADIO DE PRIEGO DE CÓRDOBA

TÍTULO I. DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. Creación del servicio y régimen de prestación

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 28.2 y 30 de la Ley 5/2010, de 11 de junio, de Autonomía Local de Andalucía, el Ayuntamiento de Priego de Córdoba crea el servicio público municipal de radio. Dicho servicio se prestará en régimen de servicio público, gestionado por la propia entidad municipal con cargo al presupuesto municipal.

Artículo 2. Comienzo de la prestación del servicio

El servicio público municipal de radio comenzará su prestación real y efectiva tras la aprobación y entrada en vigor de la presente ordenanza.

Artículo 3. Principios del servicio público

El servicio público municipal de radio se rige principalmente por los principios establecidos en el artículo 103, 1 de la Constitución y 27 de la Ley 5/2010, de 11 de junio, de Autonomía Local de Andalucía. En los aspectos económicos de los ingresos susceptibles de producirse, se estará lo establecido en el Texto Refundido de la Ley reguladora de las Haciendas Locales.

Artículo 4. Adscripción

El servicio público municipal de radio se integra en el área de Servicios Generales de la Concejalía de Presidencia, Gobierno Interior, Economía y Hacienda. Por Decreto de la Alcaldía podrá modificarse la integración o la adscripción en otra Concejalía sin necesidad de modificación de la presente ordenanza.

TÍTULO II. DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y DE LOS USUARIOS

Capítulo 1. Composición, ámbito territorial, prescripciones, contenido y regularidad de la prestación del servicio

Artículo 6. Composición del servicio

El servicio público municipal de radio está compuesto por la radiofrecuencia en la frecuencia 107.0

Artículo 7. Límite territorial de actuación

Su límite territorial está determinado por el término municipal de Priego de Córdoba

Artículo 8. Prescripciones

Dado el carácter público del servicio, está sujeto a las siguientes prescripciones:

- a) La objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones.
- b) La separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quienes sustentan estas últimas y su libre expresión con los límites previstos en el apartado 4 del artículo 20 de la Constitución Española.
- c) El respeto al pluralismo político, religioso, social y cultural.
- d) La defensa y observancia del principio de igualdad, y los derechos a la libertad, al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, reconocidos en la Constitución Española.
- e) La protección de la juventud y de la infancia, de acuerdo con lo que establece el Capítulo IV de la Ley 25/1994, de 12 de julio, modificada por la Ley 22/1999, de 7 de junio.
- f) Protección de los derechos de la tercera edad, las personas con discapacidad, los inmigrantes y otros colectivos necesitados de una mayor protección, fundamentalmente en lo que se refiere a los contenidos de la programación y a las emisiones publicitarias.
- g) El respeto al derecho de igualdad reconocido en el artículo 14 de la Constitución Española.
- h) El fomento y la defensa de la cultura e intereses locales, así como la promoción de la convivencia, impulsando, a este efecto, la participación de los grupos sociales del ámbito territorial de cobertura correspondiente.
- i) El fomento de la conciencia de identidad andaluza a través de la difusión de los valores culturales y lingüísticos del pueblo andaluz en toda su riqueza y variedad, así como la preservación y transmisión de su historia.
- j) La protección de la dignidad y de los derechos de la mujer y la promoción efectiva de la igualdad sin distinción de sexo.
- k) El fomento de comportamientos tendentes a la correcta utilización de los recursos naturales y a la preservación del medio ambiente, así como del patrimonio histórico y cultural.
- l) La separación perceptible de la programación y de la publicidad, de manera que resulte inequívoco el carácter publicitario de los mensajes.
- m) Facilitar la accesibilidad a las personas con discapacidad auditiva.

Artículo 9. Regularidad de la prestación

El servicio se prestará de modo continuado durante todo el día y todo el año. No obstante lo anterior, por razones de eficiencia y economía, se podrá limitar el servicio de modo que éste se preste preferentemente la mitad del día y de modo continuo.

Artículo 10. Financiación

La financiación del servicio público municipal de radio se efectuará con cargo a los presupuestos municipales, la gestión de publicidad pública y privada y la venta de programación.

Las ordenanzas fiscales o los acuerdos de imposición y ordenación de los precios privados relativos a publicidad establecerán, si procede, las posibles diferencias económicas en beneficio de las personas o los grupos sociales de menor capacidad económica o que sean merecedoras de especial protección.

Artículo 11. Estándares de calidad del servicio

1. El Ayuntamiento promoverá en el servicio público municipal de radio la redacción e implementación de la correspondiente Carta de Servicios que determine los estándares de calidad del servicio. Además se procederá a redactar un plan de mejora continua basado en la eficiencia y reducción de costos como objetivos prioritarios. Ambos documentos deberán estar aprobados en el primer semestre natural a partir de la entrada en vigor del Presupuesto para el ejercicio correspondiente..

2. Se procederá a realizar encuestas de satisfacción e implan-

tación de la señal de radio, así como el diseño, análisis y posterior evaluación de, entre otros, los siguientes indicadores de seguimiento de estos compromisos:

- Difusión de contenidos.
- Puesta a disposición de la señal de radio para las diferentes sensibilidades de la sociedad.
- Grado de satisfacción de la ciudadanía
- Grado de participación social en la evaluación de los servicios públicos.
- Grado de cumplimiento de los indicadores de calidad en la Carta de Servicios.

Artículo 12. Memoria anual

Por el servicio público municipal de radio se elevará una memoria anual sobre el mismo, que previo informe de la Comisión de Control, se someterá al Pleno de la Corporación, para su aprobación.

Capítulo 2. Derechos y deberes de los usuarios

Artículo 13. Derechos de los usuarios

Los usuarios del servicio tendrán derecho, como mínimo, a:

- 1) Recibir la señal en sus domicilios en perfecto estado.
- 2) Expresar sus quejas por escrito que deberán ser contestadas obligatoriamente
- 3) Una programación estable, conocida y diversa que incluya las distintas sensibilidades de la sociedad.
- 4) Una información veraz, objetiva y rigurosa de las distintas noticias municipales, andaluzas y españolas.
- 5) Participar en los debates y programas que así lo contemplen.
- 6) Exigir en la vía administrativa, o en el orden judicial correspondiente, la prestación del servicio público en los estrictos términos regulados en la correspondiente ordenanza.
- 7) Una publicidad leal y respetuosa con los valores imperantes en cada momento en la sociedad prieguense.
- 8) Que sean respetadas sus creencias y opiniones.
- 9) No sufrir discriminación en la recepción del servicio.

Artículo 14. Deberes de los usuarios.

Los usuarios del servicio tienen el deber de:

- a) Soportar los cortes del servicio debido a problemas técnicos no imputables al servicio público municipal de radio.
- b) Expresar sus quejas de modo respetuoso y por escrito.
- c) Soportar los cambios de programación debidos a urgencias o motivos de interés público.
- d) Abonar, en su caso, el coste de los equipos necesarios para la recepción de la señal.

TÍTULO III. DE LA PUBLICIDAD.

Capítulo 1. Principios generales

Artículo 15. Marco jurídico

1. El marco jurídico de la publicidad a emitir por el servicio público municipal de radio en lo no previsto por la presente ordenanza, se atenderá a lo previsto en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, Ley 6/2005, de 8 de abril, reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía

Artículo 16. Autorización general

El servicio público municipal de radio podrá emitir publicidad tanto de entes públicos como privados.

Artículo 17. Principios generales de la publicidad

1. La publicidad a emitir por el servicio público municipal de radio está sujeta como mínimo a los siguientes principios:

- a) Veracidad e imparcialidad.
- b) Respeto a las creencias e ideologías.
- c) Eliminación de la desigualdad y discriminación social.

d) Defensa de la dignidad de la persona, con especial atención a su desarrollo cultural y social, a la protección de la infancia y de la juventud, a la imagen de la mujer y de no discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo o religión.

2. La publicidad institucional a desarrollar por el Ayuntamiento de Priego de Córdoba y el resto de Administraciones Públicas y sus entes, además de los principios descritos en el apartado anterior, deberán respetar los siguientes principios:

- a) Utilidad pública.
- b) Profesionalización.
- c) Transparencia.
- d) Lealtad institucional.
- e) Igualdad.
- f) Objetividad.

3. En cualquier caso dicha actividad publicitaria no podrá tener en sus contenidos carácter engañoso, desleal, subliminal o encubierto; debiendo respetar las prohibiciones y limitaciones normativas que en cada caso sean de aplicación y, en particular, la de concurrencia en el patrocinio de actividades con empresas dedicadas a la producción y comercialización de drogas institucionalizadas, así como impedir que puedan producir efectos negativos para los derechos y deberes de los ciudadanos y para la adecuada protección de los valores constitucional y estatutariamente reconocidos.

Artículo 18. Limitaciones a la publicidad institucional en periodo de elecciones.

La publicidad institucional no podrá ser emitida en periodo electoral, entendiéndose por tal el comprendido entre el día de la publicación de cualquier convocatoria electoral con incidencia en el término municipal y el día de la votación.

Artículo 19. Espacios gratuitos en elecciones

Durante los periodos electorales, se pondrán a disposición de los partidos, coaliciones o agrupaciones de electores, espacios gratuitos, durante el tiempo que autorice la Junta Electoral que corresponda.

Capítulo 2. De la publicidad institucional

Artículo 20. Gestión de la publicidad

1. Toda la publicidad institucional que se emita por parte del Ayuntamiento y/o sus órganos de gestión de servicios públicos locales, en régimen de servicio público, a través del servicio público municipal de radio, se ajustará al siguiente procedimiento:

a) El contenido de la campaña publicitaria se remitirá al servicio público municipal de radio tanto acompañada del diseño y producto concreto cuya emisión se pretenda, como de la idea que se pretende e en el supuesto de que el contenido concreto del acto publicitario se desarrolle por el Servicio.

b) La propuesta deberá acompañarse de las indicaciones necesarias en cuanto al tiempo y número de anuncios y/o cuñas de radio, y contendrá asimismo los horarios en los que se pretende emitir.

c) En función de los compromisos adquiridos en materia de publicidad, se aceptará la propuesta o formulará las objeciones pertinentes por escrito, debiendo la Administración efectuar los ajustes necesarios para su emisión.

2. En caso de urgencia o catástrofe pública, la publicidad institucional gozará de preferencia para su emisión.

Artículo 21. Convenios de publicidad

Cuando se pretenda la emisión de una campaña publicitaria por un tiempo superior a un trimestre, se deberá formalizar convenio entre el Ayuntamiento y la Administración o ente que la promueva. Dicho convenio, podrá incluir distintas opciones de pago tales como iguales, pagos mensuales o cualquier otra forma de pago

distinta.

Asimismo se podrán formalizar convenios de colaboración por plazos superiores al año, sin que puedan bajo ningún concepto exceder del límite de un mandato.

Artículo 22. Coste del servicio

La emisión de publicidad institucional o el diseño de la misma no podrán generar coste para el servicio, debiendo ser sufragado el mismo por el anunciante. A tal efecto, el servicio podrá efectuar presupuestos del coste que serán siempre orientativos y sujetos a la aprobación del anunciante.

Capítulo 3. De la publicidad privada

Artículo 23. Captación de publicidad

La captación de publicidad privada se gestionará por medios propios o externos, sujeto al correspondiente contrato administrativo de prestación de servicios.

En el supuesto de agente externo, los contratos de publicidad que se consiga se entenderán hechos por el Ayuntamiento al que le corresponderán los derechos de emisión, sin que el agente externo pueda reclamar nada en caso de continuación de la relación contractual entre el Ayuntamiento y la empresa anunciante con posterioridad a la fecha de expiración del correspondiente contrato.

Artículo 24. De las emisiones de publicidad privada

El Ayuntamiento se reservará el derecho a no emitir aquellos anuncios publicitarios que sean contrarios a las normas, costumbres o usos sociales, o incumplan alguno de los principios establecidos en el artículo 16 de la presente ordenanza así como a decidir la hora de emisión en caso de acumulación de anuncios en determinadas horas.

Artículo 25. Del contrato de publicidad

El Ayuntamiento aprobará el texto del contrato de publicidad a firmar entre el agente externo, si existiere, y los anunciantes. Igualmente podrá dar instrucciones al agente externo en orden al formato de los anuncios.

Artículo 26. Condicionabilidad de la publicidad privada a los intereses generales

Conforme determina el artículo 19.2, la emisión de publicidad privada está condicionada a la emisión de publicidad institucional en caso de urgencia o catástrofe pública y en general a los intereses generales de la ciudad por esos u otros motivos de igual índole.

Esta circunstancia deberá quedar reflejada en el contrato de publicidad que se firme con los anunciantes privados.

Artículo 27. Coste de los anuncios

El coste de los anuncios y la tipología de contratos de publicidad, tales como patrocinio de programas, anunciantes de larga duración temporal, descuentos, etc, se desarrollarán por la correspondiente ordenanza o acuerdos de imposición y ordenación de precios privados.

Capítulo 4. De la publicidad de los prestadores de servicios públicos locales en régimen de servicios reglamentado

Artículo 28. De la emisión de publicidad

La obtención de la cualificación de prestador de servicios públicos reglamentados, dará lugar a la obtención de preferencia en la emisión de su publicidad, tanto en horario como en precio.

La correspondiente ordenanza o los acuerdos de imposición y ordenación de precios privados determinarán los descuentos aplicables.

Artículo 29. Convenios de colaboración

El servicio público municipal de radio promoverá la celebración de convenios con los entes prestadores de los servicios públicos reglamentados, en orden a la emisión de los anuncios publicita-

rios, precios y formas de pago. Dichos convenios podrán tener duración superior a un año, pudiendo prorrogarse hasta un máximo de cuatro. El modelo de convenio será aprobado por el Concejal competente, previo informe de la Comisión de Control.

TÍTULO IV. DE LA PROGRAMACIÓN

Artículo 30. Contenido de la programación

1. El contenido de la programación ser la habitual en el ámbito local y abarcar, entre otras, algunas de las siguientes áreas:

- a) Información de actualidad
- b) Deportes
- c) Documentales
- d) Entretenimiento
- e) Cultura
- f) Política
- g) Economía
- h) Retransmisión de eventos de interés social y municipal
- i) Educación
- j) Infancia y Juventud
- k) Salud y Consumo
- l) Medio ambiente
- m) Movimientos migratorios y comunicación intercultural

La programación que apruebe el Ayuntamiento en el marco de sus competencias deberá respetar la normativa aplicable a la protección de los menores. Corresponde a la comisión de control la formulación de la propuesta de programación, siempre que cuente con el voto a favor de al menos 3 grupos políticos que sumen como mínimo las 3/4 partes de la Corporación (16 concejales); y al Pleno de la Corporación, la aprobación de la misma en el segundo semestre natural de cada año.

Artículo 31. Producción de programas

1. Toda propuesta de desarrollo de programas, deberá contar como mínimo con una memoria que incluirá los siguientes aspectos:

- a) Denominación del programa
- b) Duración
- c) Finalidad
- d) Coste de la inversión
- e) Análisis de su impacto en el ámbito de la sociedad
- f) Temporalidad y horario
- g) Previsión de ingresos publicitarios

2. De la propuesta se dará cuenta a la Comisión de Control, tras lo cual, será sometida a la aprobación del Pleno, dando comienzo al desarrollo e implementación de la misma.

Dentro de la franja horaria comprendida entre las 13 y las 16 horas, y entre las 20 y las 24 horas, se emitirá, al menos, un espacio informativo diario, con duración mínima de 20 minutos, que deberá cubrir las noticias y acontecimientos de interés dentro de la demarcación.

TÍTULO V. DE LA COMISIÓN DE CONTROL

Artículo 32. Composición

En la Comisión de Control, cuyas atribuciones son las previstas en el artículo 35, participarán todos los grupos políticos integrantes de la Corporación, mediante la presencia de un representante de cada grupo que ostentará el voto ponderado, en proporción al número de concejales que tengan en el Pleno.

Artículo 33. Miembros de la Comisión

Los miembros de la Comisión serán propuestos por los portavoces de los distintos grupos políticos y designados por el Pleno. Podrán ser cesados discrecionalmente por el Pleno a propuesta del portavoz de su grupo.

El desempeño del cargo de miembro de la comisión cesará en todo caso cuando cesen en su condición de Concejales. Desde el

momento del cese hasta la toma de posesión de los nuevos miembros, permanecerán en funciones.

Artículo 34. Régimen de Sesiones

En la sesión constitutiva, se adoptará el acuerdo relativo al régimen de sesiones ordinario, debiendo efectuarse, al menos, dos al año.

Para las sesiones extraordinarias y régimen de asistencia de personas distintas a los miembros, se estará a la regulación efectuada para las Comisiones municipales

Artículo 35. Competencias

Son competencias de la Comisión, las siguientes:

a) Toma de conocimiento de:

- Informe previo sobre la propuesta de programación.
- Informe previo sobre la propuesta de nuevos programas.
- b) Informe previo sobre los espacios gratuitos a los partidos,

agrupaciones de electores y coaliciones electorales.

c) Informe previo a la memoria anual del servicio.

d) Respuesta las quejas de los usuarios del servicio.

e) Formular las propuestas de mejora en orden a la mayor eficacia y eficiencia del servicio.

f) Informe previo de la Carta de Servicios.

g) Análisis e implementación de las encuestas de satisfacción.

Disposición final. Entrada en vigor.

La presente ordenanza, entrará en vigor una vez se haya publicado completamente su texto y hayan transcurrido quince días hábiles de siguientes a la recepción del acuerdo por los entes a que se refiere el artículo 65 de la Ley 7/1985, de Bases del Régimen Local".

Priego de Córdoba, a 18 de febrero de 2014. Firmado electrónicamente por la Alcaldesa, María Luisa Ceballos Casas.