

Proyecto de ley, iniciado en Moción de la Honorable Senadora señora Allende, que modifica la ley N° 19.496, para regular el volumen de las comunicaciones promocionales o publicitarias que indica.

I. ANTECEDENTES

Una práctica utilizada por algunas agencias de publicidad es el aumento del volumen durante los mensajes o avisos publicitarios (*también denominados intermedios de programación*) que se emiten por los canales de televisión abierta o por cable, radios y otras plataformas, lo cual produce malestar e incomodidad en los televidentes, radioescuchas y eventuales consumidores.

Si bien, puede comprenderse que como toda publicidad su objetivo es llamar la atención del telespectador, radioyente y potencial consumidor, muchas veces el decibel utilizado es tan alto que produce malestar, debiendo bajar el volumen. Y si bien, ello puede ser percibido como algo simple, supone un mayor esfuerzo para personas mayores, convalecientes o en estado de reposo y/o con problemas motores o de desplazamiento.

Otros ordenamientos jurídicos han regulado esta materia a propósito de las comunicaciones comerciales audiovisuales. En este sentido la legislación española dispone que “*el nivel sonoro de las comunicaciones comerciales audiovisuales no puede ser superior al nivel medio del programa que le precede*”¹, con lo cual se resguarda que en dicha actividad no se produzca incomodidad o malestar al televidente.

Asimismo, en el año 2010, la agencia especializada de las Naciones Unidas para regular las telecomunicaciones a nivel internacional (*Unión Internacional de Telecomunicaciones - UIT*) comenzó a estudiar una norma que permitiera unificar el volumen de los programas de

¹ Artículo 121.4, de la Ley 13/2022, General de Comunicación Audiovisual, sobre el derecho a emitir comunicaciones comerciales audiovisuales. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-11311>

televisión², ya que ello evitaría que los telespectadores deban ajustar el nivel sonoro cada vez que hay cortes comerciales o cambian de canal. En este sentido, debe tenerse presente que las diferencias de volumen, también puede ser producidas por variaciones en la medición, valores, compresión y otros ajustes.

Por otra parte, en noviembre de 2011, la Unión Europea de Radiodifusión publicó la recomendación sobre normalización de las sonoridad y nivel máximo permitido de las señales de audio (*EBU - Recomendación R128, de noviembre de 2011*)³.

Sin perjuicio de lo anterior, en nuestra región la Organización de Telecomunicaciones de Iberoamérica (OTI) no ha publicado una recomendación en similar sentido, ni nuestro país tiene una norma técnica específica sobre la materia.

Por todo lo anterior, se propone regular el uso del volumen en las publicidades emitidas por servicios de televisión y radio, en sus diversas plataformas.

II. CAMBIO NORMATIVO

Actualmente, la Ley N° 19.496 (*que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores*), regula las relaciones entre proveedores y consumidores, establece las infracciones en perjuicio del consumidor y señala el procedimiento aplicable en estas materias.

En particular, en el artículo 28 B (*del Párrafo 1° sobre información y publicidad, del Título III, relativo a Disposiciones Especiales*), se regula la comunicación promocional o publicitaria. Y en el inciso I, se refiere aquella efectuada por correo electrónico y en el inciso II, la efectuada por medio de correo postal, fax, llamados o servicios de mensajería telefónicos.

El proyecto de ley, propone incluir un nuevo inciso III, que se refiera a la comunicación promocional o publicitaria que se formule por televisión y radio en cualquiera de sus

² Naciones Unidas. Noticias. Estudian norma para unificar volumen de televisión. Disponible en: <https://news.un.org/es/story/2010/01/1183101>

³ Unión Europea de Radiodifusión. Recomendación R128, de noviembre de 2011. Disponible en: https://tech.ebu.ch/files/live/sites/tech/files/shared/r/r128_2011_ES.pdf

plataformas, es decir, por medios de radiodifusión televisiva de libre recepción, por cable, radios y plataformas digitales o internet.

Se dispone que debe emitirse en el volumen o decibel de su programación habitual, es decir, sin aumentar su volumen.

Y además, en caso de incluir algún texto, este debe tener una extensión, color, velocidad y tamaño adecuado para su lectura y comprensión.

TEXTO VIGENTE	PROYECTO DE LEY	TEXTO FINAL
<p>Artículo 28 B.- Toda comunicación promocional o publicitaria enviada por correo electrónico deberá indicar la materia o asunto sobre el que versa, la identidad del remitente y contener una dirección válida a la que el destinatario pueda solicitar la suspensión de los envíos, que quedarán desde entonces prohibidos.</p> <p>Los proveedores que dirijan comunicaciones promocionales o publicitarias a los consumidores por medio de correo postal, fax, llamados o servicios de mensajería telefónicos, deberán indicar una forma expedita en que los destinatarios podrán</p>	<p>Artículo Único.- Para agregar el siguiente inciso final nuevo al artículo 28 B, de la Ley N°19.496, que establece normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores:</p> <p>“Las comunicaciones promocionales o publicitarias por medios de servicios de radiodifusión sonora y televisiva de libre recepción o por cable, y en las plataformas digitales o internet se emitirán en el volumen o decibel de su programación habitual.”.</p>	<p>Artículo 28 B.- Toda comunicación promocional o publicitaria enviada por correo electrónico deberá indicar la materia o asunto sobre el que versa, la identidad del remitente y contener una dirección válida a la que el destinatario pueda solicitar la suspensión de los envíos, que quedarán desde entonces prohibidos.</p> <p>Los proveedores que dirijan comunicaciones promocionales o publicitarias a los consumidores por medio de correo postal, fax, llamados o servicios de mensajería telefónicos, deberán indicar una forma expedita en que los destinatarios podrán</p>

<p>solicitar la suspensión de las mismas. Solicitada ésta, el envío de nuevas comunicaciones quedará prohibido.</p>		<p>solicitar la suspensión de las mismas. Solicitada ésta, el envío de nuevas comunicaciones quedará prohibido.</p> <p>Las comunicaciones promocionales o publicitarias por medios de servicios de radiodifusión sonora y televisiva de libre recepción o por cable, y en las plataformas digitales o internet se emitirán en el volumen o decibel de su programación habitual.</p>
---	--	--

III. IDEA MATRIZ

El proyecto tiene por finalidad evitar malas prácticas relativas al volumen utilizado en las comunicaciones promocionales o publicitarias emitidas a través de medios de radiodifusión sonora y televisiva de libre recepción o por cable, y en las plataformas digitales o internet, en lo relativo al volumen utilizado.

IV. PROYECTO DE LEY

Artículo Único.- Para agregar el siguiente inciso final nuevo al artículo 28 B, de la Ley N°19.496, que establece normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores:

“Las comunicaciones promocionales o publicitarias por medios de servicios de radiodifusión sonora y televisiva de libre recepción o por cable, y en las plataformas digitales o internet se emitirán en el volumen o decibel de su programación habitual.”.