

ALEGACIONES DEL CONSEJO DE CONSUMIDORES Y USUARIOS (CCU) AL PROYECTO DE REAL DECRETO POR EL QUE SE REGULAN LOS REQUISITOS A EFECTOS DE SER CONSIDERADO USUARIO DE ESPECIAL RELEVANCIA SEGÚN LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 94 DE LA LEY 13/2022, DE 7 DE JULIO, GENERAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.

En cumplimiento al trámite de audiencia previsto en el artículo 39 del real decreto legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la ley general para la defensa de consumidores y usuarios y otras leyes complementarias y artículo 82 de la ley 39/2015, de 1 de octubre, de procedimiento administrativo común de las administraciones públicas, se ha procedido al análisis del proyecto de Real Decreto por el que se regulan los requisitos a efectos de ser considerado usuario de especial relevancia según lo dispuesto en el artículo 94 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual.

1

ANÁLISIS DE LA PROPUESTA

La aprobación de la Directiva (UE) 2018/1808¹, de 14 de noviembre, que modificó la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual, supuso incluir bajo el ámbito de la normativa audiovisual a los servicios de intercambio de video a través de plataforma. Conforme al considerando cuarto de la citada Directiva, estos servicios ponen a disposición contenidos audiovisuales a los que accede cada vez más el público en general y los jóvenes en particular. Esta circunstancia también concurre respecto de los servicios de medios sociales cuya finalidad principal es la distribución de contenidos audiovisuales, ya que se han convertido en un importante medio para compartir información, entretener y educar, en particular mediante el acceso a programas y a vídeos generados por usuarios.

Asimismo, los servicios de intercambio de videos a través de plataforma también tienen un impacto considerable, ya que ofrecen a los usuarios la posibilidad de influir y conformar las opiniones de su audiencia. Por tanto, a fin de proteger a los menores de contenidos nocivos y a todos los ciudadanos de la incitación al odio, la violencia y el terrorismo, se debe extender a dichos servicios la aplicación de la Directiva.

La aprobación de la Ley 13/2022², de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (en adelante Ley 13/2022, de 7 de julio), que traspuso al ordenamiento jurídico nacional la Directiva 2018/1808, de 14 de noviembre, ha supuesto la introducción bajo el ámbito de la normativa audiovisual nacional, además de a los servicios de intercambio de videos a

¹ <https://www.boe.es/doue/2018/303/L00069-00092.pdf>

² <https://www.boe.es/buscar/pdf/2022/BOE-A-2022-11311-consolidado.pdf>

través de plataforma, a los creadores de contenidos audiovisuales y videos generados por usuario que ofrecen dichos contenidos a través de dichos servicios. Respecto a estos últimos, cabe destacar aquellos denominados “influencers”, cuya capacidad de movilizar a una audiencia significativa es muy importante, y que cada día cobran más peso en el ecosistema de la prestación de servicios audiovisuales en el entorno digital, y en particular, en el mercado publicitario online.

El artículo 94.2 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, establece una serie de requisitos, cuyo cumplimiento permite considerar a un usuario de un servicio de intercambio de videos a través de plataforma como “usuario de especial relevancia”. En concreto, se trata de los siguientes:

- a) Que el servicio prestado conlleve una actividad económica por el que su titular obtenga unos ingresos significativos derivados de su actividad en los servicios de intercambio de vídeo a través de plataforma.
- b) Que el usuario de especial relevancia sea el responsable editorial de los contenidos audiovisuales puestos a disposición del público en su servicio.
- c) Que el servicio prestado está destinado a una parte significativa del público en general y puede tener un claro impacto sobre él.
- d) Que la función del servicio sea la de informar, entretener o educar y el principal objetivo del servicio es la distribución de contenidos audiovisuales.
- e) El servicio se ofrece a través de redes de comunicaciones electrónicas y está establecido en España de conformidad con el apartado 2 del artículo 3.

De todos los requisitos expuestos, los indicados en las letras a) y c) no están plenamente desarrollados en el artículo 94.2 de la Ley 13/2022, de 7 de julio

Los objetivos que persigue el presente proyectos, de acuerdo con la memoria de análisis de impacto, son:

- Desarrollar reglamentariamente los requisitos previstos en las letras a) y c) del artículo 94.2 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, a efectos de ser considerado usuario de especial relevancia en los servicios de intercambio de videos a través de plataforma. Se fijarán criterios respecto a la audiencia e ingresos significativos.
- Establecer un marco regulatorio equilibrado entre los prestadores de estos servicios y los prestadores de servicios de comunicación audiovisual.

- Dotar de la pertinente seguridad jurídica a la prestación de este tipo de servicios en el ámbito digital

El proyecto de real decreto por el que se regulan los requisitos de ingresos y audiencia significativos a efectos de ser considerado usuario de especial relevancia según lo dispuesto en la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual está compuesto por 4 artículos estructurados en dos capítulos, y tres disposiciones finales

3

CONSIDERACIONES GENERALES

De manera previa, es preciso recordar una vez más la dificultad que entraña para el apropiado ejercicio de la labor consultiva del Consejo de Consumidores y Usuarios el uso sistemático del trámite de urgencia. En el caso del proyecto de Real Decreto sometido a dictamen, no justificaría por sí sola el recurso al procedimiento de urgencia. Es necesaria, en opinión del CCU, una planificación más adecuada de la fase de consultas que proporcione un margen de tiempo razonable para su evacuación a este órgano consultivo.

Sin embargo, dicho lo anterior, el presente trámite presenta alguna anomalía más grave, ya que fue necesario requerir mediante carta a los órganos de la Administración, Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública y Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030, que se procediese a tramitar este proyecto ante el Consejo.

La Ley 13/2022, de 7 de julio, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante LGCA), vino a incorporar al ordenamiento jurídico español de la Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de noviembre de 2018, por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de Servicios de comunicación audiovisual), habida cuenta de la evolución de las realidades del mercado.

El objetivo declarado, tanto de la Directiva como de la Ley española que la traspone (en sustitución de su homónima de 2010), es establecer un marco jurídico actualizado, acorde con la evolución que el mercado audiovisual ha experimentado en los últimos años, que permita lograr un equilibrio entre el acceso a los contenidos, la protección de los usuarios y la competencia entre los distintos prestadores de dicho mercado, aplicando para todos estos últimos las mismas reglas de juego en la medida en la que, *grasso modo*, compiten por una misma audiencia potencial.

En consonancia con este objetivo, la norma europea incluyó por primera vez en su marco regulatorio a las plataformas de internet que permiten compartir contenidos audiovisuales, denominadas por la LGCA plataformas de intercambio de vídeos, así como

a las redes sociales cuando difunden ese tipo de contenidos³. Sin embargo, frente al principio general de aplicar para los distintos prestadores las mismas reglas de juego, existe en realidad una clara asimetría normativa entre los servicios de comunicación audiovisual⁴, por un lado, y los denominados servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma y redes sociales cuya funcionalidad esencial sea la difusión de contenidos audiovisuales, por otro.

Tal asimetría normativa se basa en el hecho de que a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual se les reconoce responsabilidad editorial en relación con los contenidos que difunden, pero no ocurre así con las mencionadas plataformas y redes cuando difunden contenidos de terceros. Y ello implica que, mientras la LGCA somete a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual -con algunas diferencias propias de la modalidad de servicio- a una serie de obligaciones derivadas de su responsabilidad editorial, en el caso de plataformas y redes, sus obligaciones se limitan, básicamente, a adoptar medidas que garanticen que quienes generan los contenidos que se ponen a disposición pública a través de ellas puedan cumplir la ley.

La Directiva de 2018, en puridad, no regula explícitamente la figura de los usuarios generadores de contenidos audiovisuales, aunque sí recoge diferentes menciones a los programas y vídeos “*generados por los usuarios*”, y, a tenor de su considerando 3, cabe interpretar que la puesta a disposición de esos contenidos audiovisuales a través de una plataforma de intercambio de vídeos puede constituir un servicio de comunicación audiovisual en sí mismo.

Con esa afirmación como marco, la LGCA ha ido más allá de la Directiva, de acuerdo con la posibilidad que ésta ofrece a los Estados miembros (en tanto que norma *de mínimos*) de establecer medidas más estrictas y detalladas al trasponerla a sus respectivos ordenamientos jurídicos⁵: Y ha incluido un artículo 94 para regular a los generadores de contenidos asimilándolos a los prestadores de un servicio de comunicación audiovisual, tal y como indica el apartado 1 del artículo. Pero no a todos generadores de contenidos que empleen servicios de intercambio de vídeo a través de plataforma, sino sólo a

³ Nos referimos a programas, vídeos y comunicaciones comerciales, pero también a contenidos radiofónicos y sonoros (podcast) e incluso, en el caso de las comunicaciones comerciales, a fotografías o dibujos, y que en su definición (frente a lo que ocurre con programas y vídeos) no se requiere que las imágenes sean en movimiento.

⁴ En sus diferentes modalidades: televisiones (en abierto o mediante acceso condicional; gratis o de pago; de emisión lineal o difusión a petición; a través de ondas hertzianas o de cable, satélite e internet), plataformas OTT e IPTV que también presentan entre sí algunas diferencias regulatorias).

⁵ Artículo 4.1 de la Directiva: “Los Estados miembros tendrán la facultad de exigir a los prestadores de servicios de comunicación sujetos a su jurisdicción el cumplimiento de normas más estrictas o detalladas en los ámbitos coordinados por la presente Directiva, siempre y cuando dichas normas sean conformes al Derecho de la Unión”.

aquéllos que cumplan, y además de forma simultánea, una serie de requisitos, y a los que se denomina “usuarios de especial relevancia”⁶.

¿Cuáles son esos requisitos? De acuerdo con el apartado 2 del artículo 94, los siguientes:

a) *El servicio prestado conlleva una actividad económica por el que su titular obtiene unos ingresos significativos derivados de su actividad en los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma;*

b) *El usuario de especial relevancia es el responsable editorial de los contenidos audiovisuales puestos a disposición del público en su servicio.*

c) *El servicio prestado está destinado a una parte significativa del público en general y puede tener un claro impacto sobre él.*

d) *La función del servicio es la de informar, entretener o educar y el principal objetivo del servicio es la distribución de contenidos audiovisuales.*

e) *El servicio se ofrece a través de redes de comunicaciones electrónicas y está establecido en España de conformidad con el apartado 2 del artículo 3.*

En consecuencia, aquellos generadores de contenidos audiovisuales que sean considerados usuarios de especial relevancia por cumplir con los requisitos arriba señalados, serían, tal y como define la LGCA a los prestadores de servicios de comunicación audiovisual (artículo 2.4), “*personas físicas o jurídicas que tienen la responsabilidad editorial sobre la selección de los programas y contenidos audiovisuales del servicio de comunicación audiovisual y determinan la manera en que se organiza dicho contenido*”, teniendo en cuenta, a su vez, que en el artículo 2.1 se considera servicio de comunicación audiovisual el prestado “*con la finalidad principal propia o de una de sus partes disociables de proporcionar a través de redes de comunicaciones electrónicas, programas con objeto de informar, entretener o educar al público en general, así como emitir comunicaciones comerciales audiovisuales*”.

Al ser definidos como prestadores del servicio de comunicación audiovisual, estos generadores de contenidos considerados de especial relevancia deben cumplir, según el ya mencionado apartado 1 del artículo 94, “*los principios del título I conforme a lo establecido en el artículo 86 y de las obligaciones para la protección de los menores conforme a lo establecido en los apartados 1 y 4 del artículo 99. Asimismo, tales usuarios deberán respetar lo dispuesto en las secciones 1.ª y 2.ª del capítulo IV del título VI cuando comercialicen, vendan u organicen las comunicaciones comerciales que acompañen o se inserten en sus contenidos audiovisuales*”

Ello se concreta:

⁶ En el preámbulo de la Ley se vincula ese concepto de usuario de especial relevancia a los *vloggers, influencers o prescriptores de opinión*, que “*gozan de relevancia en el mercado audiovisual desde el punto de vista de la inversión publicitaria y del consumo, especialmente, entre el público más joven*”.

- Con relación a la protección del público en general, en los artículos 4 (dignidad humana), 6 (igualdad de género), 7.1 (imagen de las personas con discapacidad), 10 (alfabetización mediática), 12 (autorregulación), 14 (corregulación) y 15 (códigos de conducta)⁷.
- Con relación a la protección de los menores, en los apartados 1, 2 y 4 del artículo 98 y en los apartados 1 y 4 del artículo 99: calificación de los contenidos, aplicación de descriptores y señalización acústica, visual o de otro tipo; oferta separada del resto de su catálogo de los contenidos más nocivos; sistemas de control parental y codificación digital; pertenencia a un sistema de regulación voluntaria con su correspondiente código, en el que también participarían las asociaciones de defensa de las personas consumidoras y usuarias.
- Con relación a las comunicaciones comerciales, en los artículos 121-134 cuando comercialicen, vendan u organicen dichas comunicaciones acompañando a o insertadas en sus contenidos audiovisuales, en lo que les sea de aplicación.

Además, y como ya hemos indicado, los prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma garantizarán la observancia de estos principios con respecto a los contenidos distribuidos a través de sus servicios (artículo 86).

Volviendo a los requisitos que deben cumplir los usuarios de especial relevancia, hay que señalar que, en el caso de algunos de ellos, su mera enunciación es suficiente, ya que se mueven en la dicotomía cumplimiento / incumplimiento: tener (o no) responsabilidad editorial; estar (o no) establecido en España; emplear o no redes de comunicaciones electrónicas.

Pero en dos de ellos, referidos a la “significatividad” tanto de los ingresos percibidos como del impacto en el público, la mera enunciación no es suficiente, siendo necesario determinar o tasar dicha significatividad.

De ahí la necesidad, expresada en la propia norma⁸, de contar con un desarrollo reglamentario que concrete esos umbrales. Algo de capital importancia para la aplicación

⁷ Nótese que no se mencionan expresamente ni el pluralismo (artículo 5) ni la veracidad (artículo 11).

⁸ La disposición adicional séptima de la LGCA señala que “El Gobierno, a propuesta de la persona titular del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, dictará las disposiciones necesarias para el desarrollo y aplicación de lo previsto en el artículo 94. En particular, se concretarán los requisitos de ingresos y audiencia significativos establecidos en las letras a) y c) del apartado 2 del artículo 94, para ser considerado usuario de especial relevancia”. Y el párrafo cuarto de su disposición final novena señala que “el artículo 94 entrará en vigor con la aprobación del reglamento que concrete los requisitos para ser considerado usuario de especial relevancia”.

eficaz de la norma, ya que del límite que finalmente se establezca para ambos requisitos dependerá el mayor o menor grado de la protección de las personas consumidoras y usuarias en el ámbito audiovisual con relación a la actividad de los usuarios de especial relevancia.

El artículo 94 de la LGCA se completa con otros dos apartados:

- El 3 recoge un listado de usuarios que quedarían excluidos del cumplimiento de las obligaciones recogidas en el apartado 2 por diferentes motivos⁹.
- El 4 contempla la obligación de los usuarios de especial relevancia de inscribirse en el Registro estatal previsto en el artículo 39 de la citada ley, asociado, como el aspecto que nos ocupa, a un desarrollo reglamentario, sobre cuyo borrador ya tuvo ocasión de pronunciarse este Consejo y que ha quedado concretado en el Real Decreto Real Decreto 1138/2023, de 19 de diciembre.

Finalmente, cabe señalar que los artículos 157, 158 y 159 de la LGCA, indican qué infracciones podrían ser cometidas por los usuarios de especial relevancia (y, en su caso, también por los prestadores de los servicios de intercambio de videos a través de plataforma y de las redes sociales) por incumplimiento de sus obligaciones:

- De carácter muy grave:
 - La emisión de contenidos audiovisuales que de forma manifiesta inciten a la violencia, a la comisión de un delito de terrorismo o de pornografía infantil o de carácter racista y xenófobo, al odio o a la discriminación contra un grupo de personas o un miembro de un grupo por razón de edad, sexo, discapacidad, orientación sexual, identidad de género, expresión de género, raza, color, origen étnico o social, características sexuales o genéticas, lengua, religión o creencias, opiniones políticas o de cualquier otro tipo, nacionalidad, patrimonio o nacimiento.

⁹ a) Centros educativos o científicos cuando su actividad entre dentro de sus cometidos o esta sea de carácter divulgativo.
b) Museos, teatros o cualquier otra entidad cultural para presentar su programación o actividades.
c) Administraciones públicas o partidos políticos con fines de información y de presentación de las funciones que desempeñan.
d) Empresas y trabajadores por cuenta propia con el fin de promocionar los bienes y servicios producidos o distribuidos por ellas.
e) Asociaciones y organizaciones no gubernamentales con fines de autopromoción y de presentación de las actividades que realizan de acuerdo con su objeto.

- La emisión de contenidos audiovisuales que de forma manifiesta favorezcan situaciones de desigualdad de las mujeres o que inciten a la violencia sexual o de género.
 - El incumplimiento de las prohibiciones absolutas en materia de comunicaciones comerciales audiovisuales (apartados 1 y 2 del artículo 122), incluyéndose también lo dispuesto al respecto de esas para los servicios de comunicación audiovisual radiofónicos (artículo 85.1), en el caso de usuarios de especial relevancia que desarrollen su actividad en ese medio (por ejemplo, a través de podcasts).
 - El incumplimiento de la obligación de tomar las medidas necesarias para la protección de los menores respecto de los programas, los vídeos generados por usuarios y las comunicaciones comerciales audiovisuales que puedan perjudicar su desarrollo físico, mental o moral, difundidos a través plataformas de intercambio de vídeos o redes sociales. Entre ellas, las que impidan el acceso de esos menores a escenas que contengan violencia gratuita o pornografía (artículo 89.1.e)
 - El incumplimiento de las obligaciones establecidas en el artículo 99 para la protección de los menores ante los contenidos audiovisuales perjudiciales, arriba mencionadas.
 - La difusión del nombre, la imagen u otros datos que permitan la identificación de menores en el contexto de hechos delictivos o en emisiones que discutan su tutela o filiación (artículos 83.1 y 95.2).
 - El incumplimiento de la prohibición de tratar con fines comerciales los datos personales de menores recogidos o generados por prestadores del servicio de comunicación audiovisual y prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma (artículos 83.1 y 95.3).
- De carácter grave:
- El incumplimiento de la obligación de inscribirse en el Registro previsto en el artículo 39 y del resto de obligaciones inherentes a dicha inscripción.
 - El incumplimiento de la obligación de tomar las medidas para la protección de los menores y del público en general en el servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma respecto de los programas, los vídeos generados por usuarios y las comunicaciones comerciales audiovisuales que puedan perjudicar su desarrollo físico, mental o moral (artículo 89.1, letras a, b, c, d, f, g, h, i).
 - El incumplimiento de la obligación de adoptar las medidas de protección de los usuarios en las comunicaciones comerciales audiovisuales que comercialicen, atendiendo a las prohibiciones y limitaciones previstas que les sean de aplicación (por ejemplo, en materia de bebidas alcohólicas).
 - El incumplimiento de la obligación de que los programas dispongan de una calificación por edades, visible en pantalla mediante indicativo visual y fácilmente comprensible para todas las personas (artículo 98.1).

- El incumplimiento de las prohibiciones y limitaciones relativas a la difusión de contenidos relacionados con el esoterismo y las paraciencias, y con las actividades de juegos de azar y apuestas, que les sean de aplicación.
 - El incumplimiento en un periodo ininterrumpido de un mes de las obligaciones de accesibilidad que les sean de aplicación.
 - La emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales por prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo a petición vulnerando lo previsto en el artículo 142.
 - 27. La emisión de comunicaciones comerciales audiovisuales por prestadores del servicio de comunicación audiovisual sonoro a petición vulnerando lo previsto en el artículo 85.
 - La negativa, resistencia u obstrucción que impida, dificulte o retrase el ejercicio de facultades de supervisión, control e inspección de la autoridad audiovisual competente, así como retrasar injustificadamente la aportación de los datos requeridos por la autoridad audiovisual competente por haber transcurrido más de dos meses a contar desde la finalización del plazo otorgado en el requerimiento de información.
 - De modo específico, el incumplimiento en un período ininterrumpido de un mes de las obligaciones establecidas en el artículo 94 por parte de los usuarios de especial relevancia.
- De carácter leve:
 - El incumplimiento del deber de colaboración establecido en el artículo 153.4, cuando no constituya infracción grave.
 - El incumplimiento de la obligación de utilizar un sistema de descriptores de los programas, previsto en el artículo 97.
 - El incumplimiento de las obligaciones establecidas de conservación de los contenidos emitidos y de registro de los datos relativos a dichos programas y contenidos, incluidas las comunicaciones comerciales (artículo 156.2)
 - El incumplimiento del resto de deberes y obligaciones establecidas en esta ley, que no estén tipificadas como infracciones graves o muy graves.
 - Más específicamente, el incumplimiento de las obligaciones establecidas en el artículo 94 por parte de los usuarios de especial relevancia que no constituyan infracción grave.

OBSERVACIONES ESPECÍFICAS

El proyecto de real decreto consta de 4 artículos estructurados en dos capítulos y tres disposiciones finales. El capítulo I contiene el objeto y el ámbito de aplicación, y el capítulo II concreta los requisitos de ingresos y audiencia significativos previstos en las letras a) y c) del apartado 2 del artículo 94

Propone en su preámbulo, en consonancia con la Ley que desarrolla, la consideración de “*especial relevancia*” sólo para aquellos usuarios con un impacto en el mercado audiovisual y publicitario, “asimilable a la de los otros prestadores de servicios de comunicación audiovisual”.

El aspecto fundamental a valorar, por tanto, de este borrador de real decreto es la tasa o concreción de qué significa, por un lado, “*ingresos significativos*” en el mercado audiovisual y publicitario, y, por otro, “*claro impacto en una parte significativa del público en general*” para identificar que generadores de contenidos son UER y pueden asimilarse, en un marco regulatorio de seguridad y equilibrio (*level playing field*) a los hasta ahora considerados en exclusiva prestadores de servicios de comunicación audiovisual” marco regulatorio equilibrado.

Hemos de recordar que, si bien el CCU valoró positivamente en su momento la inclusión de los usuarios de especial relevancia en la Ley como forma de regular a los *influencers* en el ámbito digital, advirtió también del peligro para la protección de las personas consumidoras y usuarias de adoptar un criterio excesivamente restrictivo en su definición que dejara fuera del marco regulatorio a un número elevado de ellos, cuando, en realidad, la figura de los “usuarios generadores de vídeos”. contemplada tangencialmente como hemos dicho en la Directiva que la LGCA traspone a nuestro ordenamiento jurídico, no establecía ningún límite cuantitativo para su consideración legal.

Artículo 2. Ámbito de aplicación.

El borrador de real decreto señala en su apartado 2 que no resultará de aplicación a los prestadores del servicio de comunicación audiovisual inscritos en la sección primera del Registro estatal de prestadores.

Entendemos que ello no afecta en ningún caso a los usuarios de especial relevancia que empleen servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, que quedan inscritos en la sección cuarta.

Artículo 3. Ingresos significativos

El borrador de real decreto establece en su artículo 3, como cifra mínima significativa de ingresos para considerar a un generador de contenidos usuario de especial relevancia, la

cantidad de 300.000 euros brutos devengados en el año natural anterior, derivados de su actividad como prestador de servicios de comunicación audiovisual a través de plataformas de vídeos y redes sociales. Es decir, de:

- La comercialización, venta u organización de las comunicaciones comerciales audiovisuales que acompañen o se inserten en los contenidos audiovisuales de su responsabilidad, tanto mediante retribución dineraria como en especie.
- Los prestadores de los servicios de intercambio de vídeo a través de plataforma y las redes sociales, por razón de su actividad en dichos servicios.
- Los pagos y cuotas de la audiencia (usuarios finales) que accede a sus contenidos a través de los servicios de intercambio de vídeo a través de plataforma y redes sociales.
- Las prestaciones económicas concedidas por Administraciones y entidades públicas, cualquiera que sea su denominación y naturaleza, relacionadas con la actividad de estos usuarios de especial relevancia en los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma y redes sociales.
- La actividad de los usuarios en los servicios de intercambio de vídeo a través de plataforma y redes sociales no previstos en los supuestos anteriores.

Es positivo el hecho de que se consideren expresamente, de cara al cómputo de ingresos, no sólo las retribuciones dinerarias, sino también las de cualquier otra naturaleza, es decir, en especie. Esta era una de las observaciones planteadas por algunas organizaciones del Consejo con motivo de la audiencia pública, habida cuenta de lo habitual que es en este ámbito la compensación a los *influencers* mediante regalos, viajes, alojamiento, prendas de ropa y todo tipo de productos y servicios.

Aun así, atendiendo a los datos conocidos sobre este mercado, consideramos que los 300.000 euros anuales de ingresos mínimos dejarían fuera a muchas personas generadoras de contenidos muy conocidas como *influencers*, con un elevado impacto en los conocimientos, actitudes y comportamientos de sus seguidores, especialmente en el target infantil, adolescente y juvenil. Con volúmenes muy importantes de usuarios registrados, número de visitas y *engagement*. E incluso con un elevado volumen de audiencia, dado que ambos criterios (el de ingresos y el de audiencia, al que a continuación nos referiremos) deben cumplirse de modo simultáneo, tal y como indica la Ley.

Nuestra propuesta es que ese nivel de ingresos mínimos se rebajara a 100.000 euros anuales.

Artículo 4. Audiencia significativa

En este artículo, el borrador de real decreto considera que el servicio prestado por un generador de contenidos soportado en plataformas y redes está destinado a una parte significativa del público en general, y puede tener un claro impacto sobre dicho público cuando, de forma cumulativa:

- Alcance, en algún momento del año natural anterior, un número de seguidores igual o superior a 1.000.000 en un único servicio de intercambio de vídeo a través de plataforma o red social; o un número de seguidores igual o superior a 2.000.000, de forma agregada, considerando todos los servicios de intercambio de vídeo a través de plataforma en los que el usuario desarrolle su actividad.
- Haya publicado o compartido, atendiendo al conjunto de servicios de intercambio de vídeo a través de plataformas y redes sociales en los que el usuario desarrolle su actividad, un número de vídeos igual o superior a 24 en el año natural anterior, con independencia de su duración.

Es de destacar que el borrador de real decreto que se somete a la consideración del CCU es menos restrictivo que el texto sometido a audiencia pública en 2023 en relación con el número de seguidores exigido, ya que, por un lado, en dicho texto se utilizaba como criterio de relevancia el promedio de seguidores en un ejercicio y no la audiencia acumulada alcanzada (visitantes únicos) en algún momento del año. Y, por otro, se situaba el requisito de audiencia a un mínimo de 2.000.000 de seguidores en alguno de los servicios, hay que entender que en territorio español.

Dicho esto, y de acuerdo con los informes existentes sobre la actividad de las personas *influencers* en España, informes a los que la propia MAIN hace referencia, entendemos que sólo un porcentaje reducido de estas personas generadoras de contenidos cumpliría con el baremo cuantitativo de audiencia contemplado en el proyecto de real decreto.

Es decir, incluso con la modificación a la baja de ese baremo operada en la versión revisada del real decreto quedarían fuera los considerados *macroinfluencers* (con más de 100.000 seguidores), e incluso muchos *midinfluencers* (por debajo del millón de seguidores pero quizás con 300.000 o 500.000). Macroinfluencers y midinfluencers con un elevado impacto en los conocimientos, actitudes y comportamientos de sus seguidores.

Por lo que se refiere al número de vídeos, consideramos también más acertado hablar de los “publicados y compartidos” que de los que “contiene” el servicio, tal y como hacía el texto sometido a audiencia pública, ya que en el momento de la evaluación puede haber contenidos que hayan sido retirados. No obstante, de nuevo se establece un baremo excesivamente elevado, de modo que quien difunde un vídeo al mes, o se adecua a determinadas estacionalidades de oferta que no llegan a esa media, se excluye de la aplicación de la LGCA, aunque cumpla con el baremo de ingresos y audiencia, dado que este criterio es acumulativo con el de la audiencia alcanzada.

Atendiendo de nuevo a los análisis del mercado en cuanto a la estimación de ingresos y audiencia, es posible, por ejemplo, que la cartera publicitaria de algunas personas *influencers* con niveles de audiencia muy inferiores al millón de seguidores puedan alcanzar o superar los 300.000 euros, gracias a la puesta en valor del grado de afinidad entre su *target* y el de determinados productos, o gracias también al prestigio ganado por esas personas tanto en su actividad como *influencers* cuanto mediante otras actividades de las que proviene su fama (deportistas, cantantes, actrices/actores).

Proponemos, en este sentido, que el volumen mínimo de seguidores se rebaje a 100.000 visitantes únicos alcanzados en algún momento el año de referencia en un determinado servicio.

Disposición final primera. *Facultades de desarrollo*

Se señala en esta disposición que podrán actualizarse las cifras de ingresos y audiencia previstas mediante orden ministerial, así como que la persona titular del Ministerio de Transformación Digital podrá dictar las disposiciones de desarrollo, aplicación y ejecución del real decreto.

No deja claro el borrador de real decreto a través de qué procedimiento una orden ministerial, en tanto que norma de menor rango, puede modificar las cifras expresamente tasadas en el real decreto.

EN CONCLUSIÓN

Analizado la propuesta de Real Decreto este órgano de consulta y representación de los consumidores y usuarios, en el marco de sus atribuciones, solicita que se le atiendan las alegaciones.

La secretaria del Consejo de Consumidores y Usuarios certifica que este informe ha sido aprobado por dicho Órgano de consulta y representación.

El secretario del CCU
Nelson Castro Gil