



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

DON JAIME VELÁZQUEZ VIOQUE, Secretario del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, en uso de las competencias que le otorga el artículo 40 del Reglamento de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, aprobado por Real Decreto 1994/1996, de 6 de septiembre,

CERTIFICA:

Que en la Sesión número 30/04 del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, celebrada el día 28 de julio de 2004, se ha adoptado el siguiente

ACUERDO

Por el cual, en relación con la tramitación del procedimiento número **RO 2004/1005**, se aprueba la siguiente

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE CONTESTA LA CONSULTA FORMULADA POR DISCVISION GMBH SOBRE LA CALIFICACIÓN JURÍDICA DEL SISTEMA EMPLEADO EN EXPENDEDURÍAS COMO SOPORTE PUBLICITARIO MULTIMEDIA DE PRODUCTOS SOBRE EL TABACO

I. ANTECEDENTES.

Primero.- Con fecha 2 de junio de 2004, tuvo entrada en el Registro de esta Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones escrito de D. Pablo Hortal, en nombre y representación de DISCVISION GMBH (en adelante DISCVISION), en el que solicitaba que esta Comisión realizase la calificación jurídica del sistema de DISCVISION empleado en expendedurías como soporte publicitario multimedia de productos sobre el tabaco, cuya descripción técnica se correspondía con la suministrada por TELEFÓNICA SERVICIOS AURIDOVISUALES, S.A.U. (en adelante TSA) en relación con la Resolución de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones de fecha 29 de enero de 2004 (exp. RO 2003/1858).



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

En concreto, DISCVISION señalaba en su escrito que *“a nivel tecnológico y de servicio, la solución que TSA describió en su escrito es exactamente la misma que la que DISCVISION ofrece (...). La única diferencia radica en el hecho de que el proveedor de la tecnología y la gestión del servicio es DISCVISION, y que el proveedor del canal de satélite es GLOBECAST ESPAÑA, S.L.”*.

Segundo.- Ante la falta de descripción concreta del servicio, con fecha 10 de junio de 2004, se remitió a DISCVISION un escrito en el que se solicitaba la descripción completa y detallada del servicio que iba a prestar DISCVISION y GLOBECAST ESPAÑA, S.L., determinando el alcance de las actividades correspondientes a cada una de las entidades que iban a gestionar el tráfico de datos.

Tercero.- Con fecha de entrada 29 de junio de 2004, se recibió escrito de DISCVISION acompañado de descripción del servicio objeto de la presente consulta.

Cuarto.- Consultados los Registros que actualmente se llevan en esta Comisión, no consta la entidad DISCVISION inscrita como persona autorizada ni para la explotación de redes, ni para la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, ni para prestar el servicio de difusión de televisión.

Quinto.- GLOBECAST ESPAÑA, S.L. (en adelante GLOBECAST), que es el operador de red de telecomunicaciones que transmitirá al satélite la señal de DISCVISION, figura inscrita como persona autorizada para la explotación de una red pública de comunicaciones electrónicas apta para ser utilizada como soporte para prestar (entre otros) el servicio de transmisión de imágenes y del servicio de difusión de televisión.

II. COMPETENCIA DE LA COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 48 de la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones, la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones tiene por objeto *“el establecimiento y supervisión de las obligaciones específicas que hayan de cumplir los operadores en los mercados de telecomunicaciones y el fomento de la competencia en los mercados de los servicios audiovisuales, conforme a lo previsto por su normativa reguladora, la resolución de los conflictos entre los operadores y, en su caso, el ejercicio como órgano arbitral de las controversias entre los mismos”*. Para el



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

cumplimiento de este objeto, la Ley atribuye a esta Comisión determinadas funciones, además de cualesquiera otras que legal o reglamentariamente se le atribuyan o le encomienden el Gobierno o el Ministerio de Ciencia y Tecnología.

Concretamente, el artículo 29.2, letra a), del Reglamento de la CMT, aprobado por Real Decreto 1994/1996, de 6 de septiembre, establece que es función de esta Comisión *“la resolución de las consultas que puedan formularle los operadores de redes y servicios de telecomunicación y las asociaciones de consumidores y usuarios de estos servicios”*.

Con carácter general, y conforme a lo señalado por esta Comisión en distintos acuerdos contestando consultas que le han sido planteadas, ha de entenderse que las consultas a las que se refiere el artículo 29.2 a) del Reglamento de la CMT pueden referirse a los siguientes ámbitos:

- Las normas que han de ser aplicadas por la Comisión;
- Los actos y disposiciones dictados por la Comisión;
- Y las situaciones y relaciones jurídicas sobre las cuales ha de ejercer sus competencias la Comisión.

La consulta que DISCVISION plantea a esta Comisión se refiere a la interpretación de la normativa relativa a la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas.

Teniendo en cuenta los criterios mantenidos hasta el momento, puede entenderse que la consulta planteada se encuentra en el ámbito previsto en el citado artículo 29.2.a) por referirse a normas cuya aplicación corresponde a esta Comisión, conforme a las competencias que le son atribuidas por las Leyes.

III. OBJETO DE LA RESOLUCIÓN.

La presente resolución tiene por objeto dar respuesta a la cuestión planteada por DISCVISION, concretamente, sobre la calificación jurídica del sistema empleado por la citada entidad en expendedurías de tabaco (estancos) como soporte publicitario multimedia de productos de tabaco.

IV. ANÁLISIS DE LA CUESTIÓN PLANTEADA

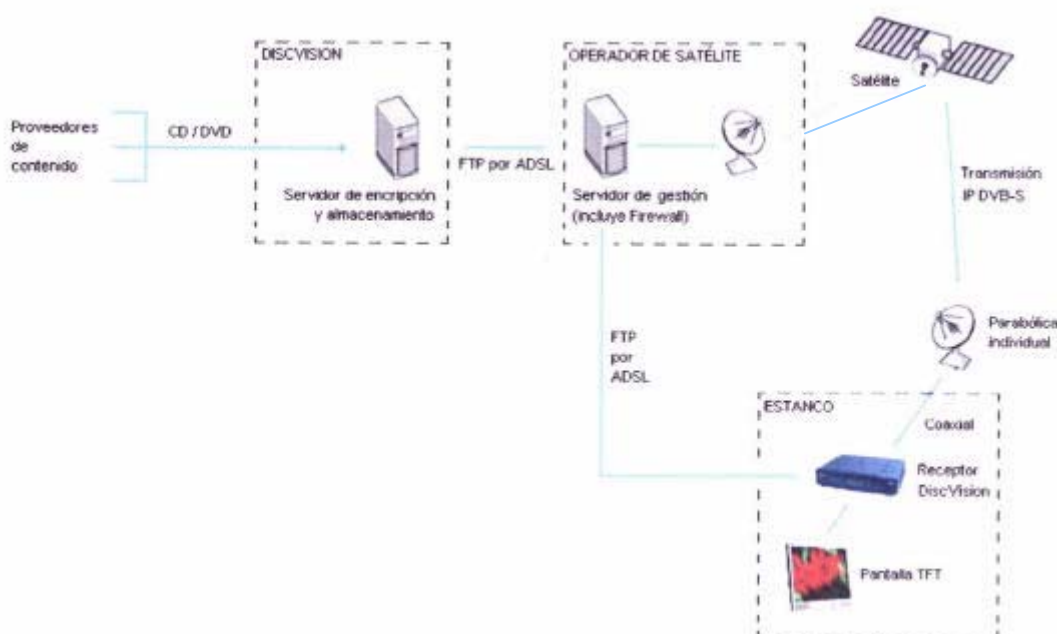
DISCVISION describe el servicio que presta en un documento titulado “DISCVISION-CARRUSEL TV”. En dicho documento detalla técnicamente la estructura del sistema utilizado para la distribución de espacios publicitarios



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

multimedia dirigidos a monitores de PC o similares situados en estancos, que permite a los potenciales clientes de DISCVISION (en este caso los propietarios de los estancos) la recepción de información de interés sobre productos relacionados con el tabaco (imágenes estáticas y dinámicas, animaciones gráficas, etc.) para, posteriormente, presentarlos a sus propios clientes, en forma de publicidad de los productos comercializados en los estancos.

Para prestar el servicio descrito en la consulta, DISCVISION prevé realizar la distribución de los contenidos publicitarios de la siguiente forma, que se analiza a continuación:



Los proveedores de contenido entregarán periódicamente a DISCVISION sus contenidos de vídeo o animaciones en soporte CD o DVD en diversos formatos (MPEG-2, Animación Macromedia Flash,...). DISCVISION transformará estos contenidos al formato MPEG- Transport Stream y los encriptará utilizando una llave privada de 128 bits. Únicamente las versiones encriptadas de los contenidos permanecerán almacenadas en el “*servidor de encriptación y almacenamiento*”.

Posteriormente los contenidos codificados y encriptados los enviará DISCVISION por FTP al *servidor de gestión* (propiedad de DISCVISION) residente en (y mantenido por) el operador de satélite (GLOBECCAST),



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

conjuntamente con los ficheros de configuración que definen el comportamiento de reproducción en cliente. Estos contenidos permanecerán almacenados en el *servidor de gestión* durante el periodo de tiempo que se requiera en cada caso (periodo de actividad). La procedencia de los envíos por FTP se controlará a través del Firewall integrado en el *servidor de gestión*.

Una vez que se ha definido el envío, se realiza la transmisión de los datos bien por medio de la red de comunicaciones vía satélite gestionada por GLOBECAST, bien por ADSL. Por tanto, se utilizan dos tipos de redes de telecomunicaciones para llevar a cabo la transmisión de los contenidos publicitarios.

Así, en cuanto a la distribución de los contenidos por satélite (independientemente de llevar a cabo el envío a todos los receptores, a un grupo específico o a un único receptor – controlado a través de la suscripción a grupos de cada uno de los receptores instalados), el envío (siempre realizado a una única dirección IP multicast) lo realizará DISCVISION haciendo una descarga progresiva (con un ancho de banda de 128 Kbps) a través del canal de datos IP DVB-S asignado, a través de Hispasat. DISCVISION utilizará el interfaz web integrado en el *servidor de gestión* para ejecutar dichos envíos de forma inmediata o programada.

Por lo que se refiere a la distribución de contenidos por ADSL, éstos se depositarán (por parte de DISCVISION) en los directorios asociados a cada uno de los grupos definidos de receptores (dentro del *servidor de gestión*). Cada receptor con conectividad por ADSL establecerá una conexión diaria con el servidor de gestión con el objetivo de descargarse todos aquellos contenidos (encriptados con AES) que residan en los directorios asociados a los grupos a los cuales esté suscrito. Esta descarga se llevará a cabo utilizando el protocolo FTP.

Una vez se complete la descarga de los contenidos por satélite o ADSL, éstos permanecerán almacenados en el disco duro del receptor en su formato encriptado original. A partir de ese momento, cada vez que cada uno de los contenidos se necesite reproducir, éstos se descryptarán en tiempo real (utilizando la misma llave privada de 128 bits que se utilizó durante el proceso de encriptación) y se enviarán a la pantalla TFT como vídeo analógico.

Es decir, en este caso, DISCVISION ha decidido que la actualización de los contenidos publicitarios se lleve a cabo simultáneamente en todos los terminales mediante el uso, a tiempo parcial, de una comunicación por satélite entre el sistema de gestión central y dichos terminales, tal como se muestra en la siguiente figura:



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Cabe decir que, al igual que en la consulta realizada por TSA, el sistema planteado por DISCVISION se emplea únicamente para la distribución de contenidos publicitarios multimedia en distintos formatos, para ser posteriormente ejecutados de forma local en los terminales ubicados en los estancos (que son los destinatarios del servicio prestado por DISCVISION).

Sin embargo, dado que el sistema utiliza una red pública de telecomunicaciones vía satélite o ADSL para realizar la difusión de los contenidos publicitarios, el servicio, desde un punto de vista técnico, se puede calificar como un servicio de difusión de contenidos (imágenes estáticas, animaciones gráficas y vídeo) que se soporta sobre una red de comunicaciones electrónicas punto a multipunto sobre IP.

Por tanto, podrían existir dudas sobre si el servicio puede quedar incurso en la definición de servicio de televisión. Al igual que en la consulta planteada por TSA, el servicio objeto de la consulta **no se puede calificar como un servicio de difusión de televisión**, sino que, aun cuando tenga naturaleza de servicio audiovisual, se debe enmarcar en el ámbito de los **servicios de transmisión de datos sobre una plataforma IP con soporte multicast vía satélite**. En suma, este servicio puede ser considerado como una modalidad del servicio de **transmisión de datos** que, bajo la denominación de **“transmisión de información, texto, imagen y sonido mediante redes públicas de comunicaciones electrónicas”**, esta Comisión viene inscribiendo en el Registro Especial de Titulares de Autorizaciones Generales.

El servicio que reciben los destinatarios finales (los clientes de los estancos) es, no obstante, un servicio que se puede equiparar con la publicidad exterior. Este tipo de publicidad constituye un medio publicitario con entidad propia, que utiliza una serie de soportes que los hacen válidos a la hora de dar a conocer el mensaje. En la actualidad, muchos de esos soportes han dejado de presentar contenidos estáticos y han incorporando contenidos dinámicos, como las carteleras, los postes o las vallas que se utilizan en los acontecimientos deportivos.

Por lo tanto, tampoco es un servicio de difusión de televisión el servicio que ofrecen los propietarios de los estancos a sus clientes.

V. CONCLUSIONES

Primera.- El servicio objeto de la consulta no se puede calificar como un servicio de difusión de televisión.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Segunda.- El servicio objeto de la consulta, consistente en la distribución mediante una red de comunicaciones vía satélite, es un servicio de transmisión de datos que, bajo la denominación de “transmisión de información, texto, imagen y sonido mediante redes públicas de comunicaciones electrónicas”, esta Comisión viene inscribiendo en el Registro Especial de Titulares de Autorizaciones Generales.

Tercera.- No consta que DISCVISION GMBH haya notificado a esta Comisión su intención de prestar este tipo de servicios.

El presente certificado se expide al amparo de lo previsto en el artículo 27.5 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común y el Artículo 23.2 de la Orden de 9 de abril de 1997, por la que se aprueba el Reglamento de Régimen Interior de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, con anterioridad a la aprobación del Acta de la sesión correspondiente.

EL SECRETARIO

Vº Bº EL PRESIDENTE

Jaime Velázquez Vioque

Carlos Bustelo García del Real