



## COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

DÑA. ALEJANDRA DE ITURRIAGA GANDINI, por vacante del Secretario del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (art. 7.2 de la O.M. de 9 de abril de 1997, B.O.E. de 11 de abril de 1997), 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 20/05 del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, celebrada el día 2 de junio de 2005, se ha adoptado el siguiente

### ACUERDO

Por el cual, en relación con la tramitación del procedimiento número **RO 2005/476**, se aprueba la siguiente

### **RESOLUCIÓN POR LA QUE SE CONTESTA LA CONSULTA FORMULADA POR RETAIL MEDIA, S.L. SOBRE LA CALIFICACIÓN JURÍDICA DE UN SISTEMA SOPORTE PUBLICITARIO MULTIMEDIA**

#### **I. ANTECEDENTES.**

**Primero.-** Con fecha 7 de marzo de 2005, tuvo entrada en el Registro de esta Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones escrito de D. Pedro Tendero Soto, en nombre y representación de RETAIL MEDIA, S.L. (en adelante RETAIL MEDIA), en el que formulaba consulta sobre la calificación jurídica del sistema soporte publicitario multimedia de RETAIL MEDIA empleado con diversos productos, cuya descripción técnica *“coincide sustancialmente con la suministrada por TELEFÓNICA SERVICIOS AUDIOVISUALES, S.A. (TSA) en relación con la Resolución de la CMT de fecha 29 de enero de 2004 (exp. RO 2003/1858) y por DISCVISION GMBH en relación con la resolución de la CMT de fecha 28 de julio de 2004 (exp RO 2004/1005)”*.



## COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

En concreto, solicitaba que esta Comisión dictase *la correspondiente resolución calificando la naturaleza jurídica del sistema objeto de consulta como un sistema no televisivo de “transmisión de información, texto, imagen y sonido mediante redes de comunicaciones electrónicas”*.

**Segundo.-** Consultados los Registros que actualmente se llevan en esta Comisión, no consta la entidad RETAIL MEDIA 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.

### 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 (LGTel), 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 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.



## COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

La consulta que RETAIL MEDIA 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 RETAIL MEDIA, concretamente, sobre la calificación jurídica del sistema empleado por la citada entidad como soporte publicitario multimedia de diversos productos.

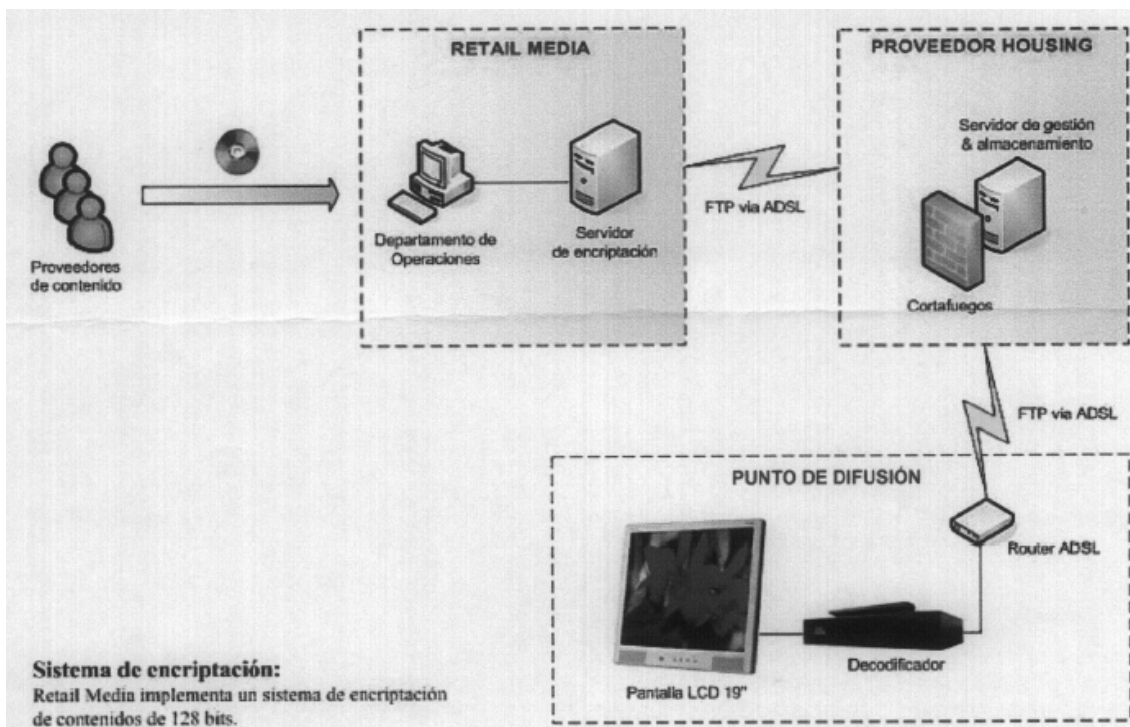
### IV. ANÁLISIS DE LA CUESTIÓN PLANTEADA

RETAIL MEDIA describe el servicio que presta en un documento titulado "RETAIL MEDIA-CARRUSEL TV". En dicho documento detalla técnicamente la estructura del sistema utilizado para la distribución de espacios publicitarios multimedia dirigidos a monitores de PC o similares situados en estancos, que permite a los potenciales clientes de RETAIL MEDIA (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, RETAIL MEDIA prevé realizar la distribución de los contenidos publicitarios de la siguiente forma, que se analiza a continuación:



## COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES



Los proveedores de contenido entregarán periódicamente a RETAIL MEDIA sus contenidos de vídeo o animaciones en soporte CD o DVD en diversos formatos (MPEG-2, Animación Macromedia Flash,...). RETAIL MEDIA transformará estos contenidos al formato MPEG-2 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*”.

Posteriormente, los contenidos codificados y encriptados los enviará RETAIL MEDIA por FTP al *servidor de gestión & almacenamiento* (propiedad de RETAIL MEDIA) residente y mantenido por el operador de Housing de RETAIL MEDIA, conjuntamente con los ficheros de configuración que definen el comportamiento de reproducción en cliente. Estos contenidos permanecerán almacenados en el *servidor de gestión & almacenamiento* 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 & almacenamiento*.

Una vez que se ha definido el envío, se realiza la transmisión de los datos, pero a diferencia de las anteriores consultas, no se utilizará la red de comunicaciones vía satélite, sino únicamente se enviarán los datos por ADSL. Por lo que se refiere a la distribución de contenidos por ADSL, éstos se depositarán (por parte de RETAIL MEDIA) en los directorios asociados a cada



## COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

uno de los grupos definidos de receptores (dentro del *servidor de gestión & almacenamiento*). 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, 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 desencriptarán 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.

Cabe decir que, al igual que en la consulta realizada por TSA, el sistema planteado por RETAIL MEDIA 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 destinatarios del servicio.

Sin embargo, dado que el sistema utiliza una red pública de telecomunicaciones 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.

Al igual que en las consultas planteadas por TSA y DISCVISION, 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**. 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 de operadores de redes y servicios de comunicaciones electrónicas, previsto en el artículo 7 de la LGTel.

El servicio que reciben los destinatarios finales 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



## COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

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, consistente en la distribución mediante una red de comunicaciones ADSL, 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 de operadores de redes y servicios de comunicaciones electrónicas.

**Segunda.-** No consta que RETAIL MEDIA, S.L. 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.

LA DIRECTORA DE LA  
ASESORÍA JURÍDICA

Vº Bº EL PRESIDENTE

Alejandra de Iturriaga Gandini  
P.V. art. 7.2 O.M. de 9 de abril de 1997  
(B.O.E. de 11 de abril de 1997)

Reinaldo Rodríguez Illera