



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 24/05 del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, celebrada el día 29 de junio de 2005, se ha adoptado el siguiente

ACUERDO

Por el cual, en relación con la tramitación del procedimiento número **RO 2005/540**, se aprueba la siguiente

RESOLUCIÓN POR LA QUE SE CONTESTA LA CONSULTA FORMULADA POR HILODIGITAL, S.L. SOBRE LA CALIFICACIÓN JURÍDICA DE UN SERVICIO DE TRANSMISIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES TEMÁTICOS Y PUBLICITARIOS EN MERCADOS, SUPERMERCADOS Y CENTROS COMERCIALES

I.- ANTECEDENTES

Primero.- Con fecha 5 de abril de 2005, tuvo entrada en el Registro de esta Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones escrito de D. Alberto Moreno, en nombre y representación de HILODIGITAL, S.L. (en adelante HILODIGITAL), en el que formulaba una consulta acerca de la calificación jurídica de un sistema que describe como *“servicio de televisión en régimen de autoprestación para la retransmisión de contenidos audiovisuales temáticos y de publicidad en mercados, supermercados y centros comerciales”*.

Asimismo, el interesado solicita que, en caso de que sea necesario para la prestación del servicio, se le tramite el *“correspondiente certificado, licencia o título habilitante requerido”*.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

Segundo.- A causa de la brevedad de la descripción del servicio contenida en el escrito presentado, se requirió a HILODIGITAL para que realizara una descripción técnica completa y detallada del sistema utilizado para la retransmisión de contenidos audiovisuales temáticos y de publicidad.

Tercero.- Con fecha de entrada 15 de junio de 2005, se recibió escrito de HILODIGITAL acompañado de descripción del servicio objeto de la presente consulta.

Cuarto.- Consultado el Registro de operadores de redes y servicios de comunicaciones electrónicas de esta Comisión, la entidad HILODIGITAL no figura inscrita como persona autorizada para el establecimiento de redes o la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas.

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;



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

- Y las situaciones y relaciones jurídicas sobre las cuales ha de ejercer sus competencias la Comisión.

La consulta que HILODIGITAL 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 HILODIGITAL, concretamente, sobre la calificación jurídica del sistema empleado por la citada entidad como soporte de contenidos audiovisuales temáticos y de publicidad en mercados, supermercados y centros comerciales.

IV.- ANÁLISIS DE LA CUESTIÓN PLANTEADA

IV.1. Descripción del servicio

HILODIGITAL describe el servicio que presta como un servicio que sirve fundamentalmente para la autopromoción de los propios comerciantes de los supermercados o centros comerciales donde están instaladas las pantallas, y *«para productos que son de interés en el punto de venta. Los contenidos temáticos están basados en información de actualidad básica en un formato resumido con especial énfasis en la información de interés a los visitantes del centro. Siendo en general un sistema de soporte publicitario exterior con un carácter de valor añadido que los centros ofrecen a sus propios clientes»*.

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



MONITORIZACIÓN & CONTROL CRM VÍA ADSL/LAN

ENTORNO VPN/ADSL

SERVIDOR CENTRAL

SERVIDOR

PANTALLA

LÍNEA ADSL

LAN LOCAL

WI - FI

- Línea ADSL con conexión a la sede central desde donde se realiza la transmisión de datos sobre una plataforma basada en un protocolo IP.
- PC Servidor Remoto adjunto a un distribuidor de audio y vídeo en cada centro de reproducción donde se almacenan los contenidos y se reproducen, en función de su orden desde la central, siempre en diferido.

En relación con la arquitectura de red de comunicaciones del circuito, HILODIGITAL señala que *«en el entorno de cada centro disponemos de un servidor equipado con un software de monitorización y organización de parrillas que recibe las órdenes del servidor central. Con un distribuidor de audio y vídeo que distribuye la señal a las diferentes pantallas ubicadas en el centro. Por lo tanto, todas las pantallas emiten los mismos contenidos.»*



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

En caso de establecer diferentes contenidos en diferentes pantallas en un mismo centro, se destinaría un servidor y un distribuidor de audio y vídeo por cada canal, y cada servidor dispondría de su propia dirección IP.»

Por lo que se refiere a la distribución de contenidos, el sistema es en diferido, una vez que se ha definido el envío, los archivos son enviados vía ADSL y almacenados en el disco duro a la espera de su orden de reproducción, pudiendo ser reproducidos y borrados el mismo día o mantenerse en el disco duro hasta la finalización de la duración del contrato de promoción del producto. Las características de los servidores remotos son parecidas a las de un PC normal, pero con una mayor capacidad del procesador y de la tarjeta de vídeo.

IV.2. Análisis de la actividad descrita por HILODIGITAL

El examen del servicio objeto de la consulta planteada por HILODIGITAL pone de relieve su similitud con otros servicios analizados anteriormente por esta Comisión, en concreto, en las consultas contestadas en las Resoluciones de esta Comisión de 29 de enero de 2004¹, de 28 de julio de 2004² y de 2 de junio de 2005³, relativas a la calificación jurídica de diversos sistemas empleados en expendedurías de tabaco como soporte publicitario multimedia.

En el caso que nos ocupa, se trata de la distribución de contenidos audiovisuales temáticos y de publicidad a través de la utilización de una red de comunicaciones vía ADSL, y al igual que en los otros supuestos analizados, no se difunde la misma señal con todos los canales a todos los posibles clientes de HILODIGITAL (en este caso los mercados, supermercados y centros comerciales), sino que la distribución de los canales se realiza de forma individualizada a cada usuario o grupo de usuarios del servicio. Es decir, se realiza mediante cada conexión ADSL hasta el cliente una distribución selectiva de contenidos temáticos y publicitarios por lo que se transmitirá únicamente la información demandada por sus potenciales clientes.

En este sentido, cabe decir que el sistema planteado por HILODIGITAL se emplea únicamente para la distribución de contenidos 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 distribución de los contenidos publicitarios, el servicio, desde un punto de vista técnico, se puede calificar

¹ Expediente RO 2003/1858.

² Expediente RO 2004/1005

³ Expediente RO 2005/476



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

como un servicio de distribución de contenidos (imágenes estáticas, animaciones gráficas y vídeo) que se soporta sobre una red de comunicaciones electrónicas punto a multipunto sobre IP. Se trata de 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

IV.3. Análisis del servicio objeto de la consulta en relación con la definición jurídica del servicio de televisión

Al no haberse aprobado todavía la normativa específica que ha de regular los servicios de difusión sonora y de televisión, el concepto jurídico del servicio de televisión no cuenta, actualmente, con una única definición que comprenda a todas las diferentes modalidades de servicios de televisión que se están prestando actualmente.

La única definición del servicio de difusión que es aplicable a todas las modalidades del citado servicio es la definición técnica del citado artículo 25 de la Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT).

No obstante, las normas específicas que regulan las diferentes modalidades del servicio de televisión contienen definiciones jurídicas del servicio que tienen en común algunas características que pueden servir para diferenciar el servicio de difusión de televisión de otros servicios que, sin ser servicios de televisión, cumplen con los requisitos técnicos definidores establecidos en el citado artículo 25 de la LOT, como puede ser el caso del servicio objeto de la presente consulta.

Así, el derogado⁴ apartado 4 del artículo 1 de la Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión, introducía como un elemento definidor de la televisión, entre otros, que sus destinatarios deberían ser el público en general o un sector del mismo.

Otro concepto delimitador de la definición jurídica del servicio de televisión se incluye en las Leyes 46/1983, Reguladora del Tercer Canal de Televisión y en la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada. Se trata del concepto de programación televisiva. A tal efecto, la Ley 46/1983 dedica su Capítulo III a regular los aspectos relativos a la programación y control del servicio. La Ley 10/1988 establece, en su artículo 14, que cada una de las sociedades

⁴ Derogado por la LOT.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

concesionarias estará obligada a emitir programas televisivos durante un mínimo de cuatro horas diarias y treinta y dos semanales. No se define el concepto de programa televisión. No obstante, el apartado 2 del mismo artículo excluye expresamente del concepto de programa televisivo a las emisiones meramente repetitivas o las consistentes en imágenes fijas, o los tiempos destinados a la publicidad.

Asimismo, cabe, a estos efectos, traer a colación la Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva. Esta Ley, cuyo objetivo es el de establecer el régimen jurídico que garantice la libre difusión y recepción de las emisiones televisivas entre los Estados miembros de la Unión Europea. A tal efecto, define (art.3.a) a la televisión (si bien es cierto que a los solos efectos de la citada Ley) como la emisión primaria, con o sin cable, por tierra o por satélite, codificada o no, de programas televisados destinados al público. Este concepto, continua diciendo el citado precepto, *“comprenderá la comunicación de programas entre personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, que tengan por finalidad la emisión de televisión destinada al público. Por el contrario, no se incluyen en esta definición aquellos servicios de comunicaciones, prestados previa petición individual, cuya finalidad sea la aportación de elementos de información u otras prestaciones como servicios de facsímil, bancos de datos electrónicos y otros servicios similares”*. Entre estas últimas actividades excluidas del concepto de televisión por el citado precepto se puede encuadrar el servicio objeto de la consulta planteada.

En este sentido, parece obvio que el servicio descrito en la consulta formulada por HILODIGITAL no encaja dentro del concepto de servicio de televisión diseñado por nuestro ordenamiento jurídico en su conjunto, por cuanto que no está destinado al público en general, no realiza la difusión de programas televisivos sino que se configura como un servicio de transmisión de datos sobre publicidad de unos determinados productos.

De acuerdo con lo anterior, 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 ha de 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.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

El servicio que reciben los destinatarios finales es un servicio que se puede equiparar con la publicidad exterior, aún cuando en este caso se preste en el interior de supermercados o centros comerciales. Constituye, por tanto, 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 mercados y centros comerciales a sus clientes.

V.- CONCLUSIONES

Primero.- El servicio objeto de la consulta, consistente en la distribución de contenidos audiovisuales temáticos y publicitarios que se soporta sobre una red de comunicaciones electrónicas sobre una plataforma basada en un protocolo IP, 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.

Segundo.- En cuanto al título necesario para la prestación del servicio, HILODIGITAL deberá, con anterioridad al inicio de la actividad, realizar la notificación fehaciente, a la que se refiere el artículo 6.2 de la LGTel, en los términos del Reglamento de Prestación de Servicios⁵ para su inscripción en el Registro de Operadores dependiente de esta Comisión.

⁵ Real Decreto 424/2005, de 15 de abril, por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones para la prestación de servicios de comunicaciones electrónicas, el servicio universal y la protección de usuarios.



COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES

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