

**ACUERDO POR EL QUE SE ARCHIVA LA DENUNCIA RECIBIDA CONTRA  
TWITTER Y CERVEZAS AMBAR POR EL PRESUNTO FOMENTO DE  
CONDUCTAS CONTRARIAS AL USO OBLIGATORIO DE MASCARILLA EN  
ESPACIOS PÚBLICOS**

**IFPA/DTSA/034/20/TWITTER**

**SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA**

**Presidente**

D. Ángel Torres Torres

**Consejeros**

D. Mariano Bacigalupo Saggese

D. Bernardo Lorenzo Almendros

D. Xabier Ormaetxea Garai

D<sup>a</sup>. Pilar Sánchez Núñez

**Secretario**

D. Joaquim Hortalà i Vallvé

En Madrid, a 21 de enero de 2021

Vista la denuncia presentada por un particular contra Twitter la Sala de Supervisión Regulatoria adopta la siguiente resolución:

**I. ANTECEDENTES Y OBJETO**

Con fecha 23 de junio de 2020 tuvo entrada en el Registro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) una denuncia presentada por un particular contra la plataforma de contenidos *Twitter*, por el supuesto fomento de conductas contrarias al adecuado uso de mascarillas en espacios públicos.

En concreto, el denunciante indica que en el anuncio publicado en la cuenta de Twitter de la empresa de cervezas Ambar<sup>1</sup> (@cervezasambar), “*se incita a incumplir con el Decreto sobre el uso de mascarillas y el Real Decreto Legislativo que regula la nueva normalidad*”. Añade en su queja que “*Los camareros deben llevar mascarilla, la pantalla de plástico no protege, al menos no por ella sola*”.

En vista de lo anterior, el objeto de la presente Resolución será determinar si se ha podido vulnerar los dictados previstos en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (en adelante LGCA), en relación con la emisión de comunicaciones comerciales.

---

<sup>1</sup> Anuncio accesible aquí: <https://twitter.com/cervezasambar/status/1274644023538581504>

## II. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

### Primero. - Habilitación competencial

De conformidad con el artículo 9 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (en adelante, LCNMC) *“La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisará y controlará el correcto funcionamiento del mercado de comunicación audiovisual.”*

Por su parte, el sexto se prevé que, en particular, ejercerá las funciones de:

*“6. Controlar el cumplimiento de las obligaciones, las prohibiciones y los límites al ejercicio del derecho a realizar comunicaciones comerciales audiovisuales impuestos por los artículos 13 a 18 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo”.*

A este respecto, el apartado séptimo del artículo 18 de la LGCA, establece que *“La comunicación comercial audiovisual también está sometida a las prohibiciones previstas en el resto de normativa relativa a la publicidad”.*

Por tanto, esta Comisión es competente para analizar la denuncia remitida y poder determinar si el anuncio referido incumple los dictados de la normativa audiovisual, en concreto, en lo relativo a las obligaciones de emisión de comunicaciones comerciales.

Atendiendo a lo previsto en los artículos 20.1 y 21.2 de la LCNMC y los artículos 8.2.j) y 14.1.b) del Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, por el que se aprueba el Estatuto Orgánico de la CNMC, el órgano decisorio competente para dictar la presente resolución es la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

### Segundo. – Análisis de la denuncia efectuada

El denunciante en su escrito se refiere a un anuncio de la empresa de cervezas Ambar que se encuentra alojado en el perfil de la compañía cervecera en la plataforma Twitter.

El video muestra una ficción dibujada en la que una pareja está sentada en la terraza de un bar esperando a ser atendidos por un camarero. En el momento en el que éste se acerca para tomar el pedido, lleva “puesta” una pantalla protectora de plástico transparente. Tras traer las cervezas, se lleva a cabo una conversación entre uno de los personajes y el camarero. Momentos después, finaliza el anuncio.

Según el denunciante, la recreación de esta ficción donde el camarero lleva puesta una pantalla de plástico protectora en lugar de una mascarilla protectora, podría incitar al uso de estas pantallas en lugar de las mascarillas y ello podría entenderse contrario al *“Decreto sobre el uso de mascarillas y el Real Decreto Legislativo que regula la nueva normalidad”*. Por ello, solicita la intervención de esta Comisión ante la posible irregularidad del anuncio en relación con la LGCA.

Con anterioridad al análisis de la denuncia remitida, dado que ésta se refiere a un anuncio emitido en una plataforma de contenidos, se considera necesario, en primer lugar, acotar el ámbito de actuación de esta Comisión en el sector audiovisual, para con posterioridad analizar si la denuncia efectuada se encuadra dentro de su marco competencial.

Como se ha señalado, esta Comisión ejerce sus competencias en el sector audiovisual sobre todos aquellos servicios y prestadores que, de conformidad con la propia LGCA, tengan la consideración de ser servicios audiovisuales.

En este sentido, el artículo 2.2 de la LGCA señala que son servicios de comunicación audiovisual, *“aquellos cuya responsabilidad editorial corresponde a un prestador del servicio y cuya principal finalidad es proporcionar, a través de redes de comunicaciones electrónicas, programas y contenidos con objeto de informar, entretener o educar al público en general, así como emitir comunicaciones comerciales.”*

Siendo, por tanto, un prestador del servicio de comunicación audiovisual, según el artículo 2.1 de la LGCA: la *“persona física o jurídica que tiene el control efectivo, esto es, la dirección editorial, sobre la selección de los programas y contenidos y su organización en un canal o en un catálogo de programas”*.

Por programa audiovisual o televisivo, de conformidad con el artículo 2.6.a) de la LGCA, se entiende el *“conjunto de imágenes en movimiento, con o sin sonido, que constituye un elemento unitario dentro del horario de programación de un canal o de un catálogo de programas. En todo caso son programas de televisión: los largometrajes, las manifestaciones deportivas, las series, los documentales, los programas infantiles y las obras de teatro originales, así como las retransmisiones en directo de eventos, culturales o de cualquier otro tipo”*.

Dentro de los elementos esenciales existentes para identificar al titular del servicio, cobra especial importancia el de la responsabilidad editorial, entendiéndose por tal, según el apartado 13 de este artículo 2: *“[...] el ejercicio de control efectivo tanto sobre la selección de los programas como sobre su organización, ya sea en un horario de programación cronológico o en un catálogo de los servicios de comunicación audiovisual. La responsabilidad editorial no implica necesariamente una responsabilidad legal de acuerdo con la legislación nacional por los contenidos o los servicios prestados.”*

Una vez determinado el marco normativo previsto para entender cuándo estamos ante un servicio de comunicación audiovisual, a continuación, se analizará si el servicio denunciado se puede subsumir en los criterios anteriormente señalados.

En este sentido, la denuncia remitida atribuye la responsabilidad del anuncio de Cervezas Ambar a la plataforma Twitter. Por ello, en primer lugar, se analizará la posible responsabilidad de este agente.

Twitter es una plataforma que presta un servicio de medios sociales donde los usuarios -profesionales y no profesionales- comparten fotos, videos, opiniones, etc. Normalmente, no interfiere en las publicaciones de los usuarios -salvo en claros incumplimientos de sus condiciones de servicio, donde suspende el servicio- y no condiciona ni elige qué tipos de publicaciones hacen los usuarios ni selecciona u ordena las mismas. Es decir, en esta actividad, Twitter actuaría como un proveedor que aloja en su plataforma contenidos de otros usuarios.

De esta manera, desde el momento en el que Twitter no selecciona ni ordena los contenidos albergados, en este caso, en el perfil de la cuenta de Cervezas Ambar, se debe concluir que carece de la responsabilidad editorial exigible sobre los mismos para poder ser identificado como un prestador de servicios de comunicación audiovisual en los términos del artículo 2 de la LGCA.

Sentado lo anterior, resta por tanto analizar si, Cervezas Ambar, como titular del canal o perfil donde está alojado el anuncio denunciado, puede ser considerado un prestador de servicios de comunicación audiovisual sobre las publicaciones realizadas en su perfil @Cervezas Ambar en Twitter.

El perfil de la cuenta de Cervezas Ambar ([@cervezasambar](https://twitter.com/cervezasambar)) es el canal oficial de la empresa cervecera propiedad de la entidad AGORA, SA en la plataforma Twitter. Es un canal de comunicación que utiliza para la promoción y difusión de publicaciones relacionadas con los productos de la empresa. Por tanto, en este canal de difusión es Cervezas Ambar el responsable de subir los contenidos y publicaciones que el mismo canal aloja.

En un simple análisis de la cuenta de Cervezas Ambar, se puede observar que ésta alberga una gran variedad de publicaciones (fotos, imágenes, textos, GIFs) donde el video o el “programa” en los términos de la LGCA es muy residual. De hecho, la inmensa mayoría de las publicaciones son textos que, en ocasiones, incorporan fotos o enlaces a noticias, siendo muy incidental la presencia de vídeos.

En este sentido, hay que recordar que el artículo 2.2 de la LGCA exige para la consideración de un servicio como servicio de comunicación audiovisual, entre otros requisitos, que la principal finalidad del servicio sea la de proporcionar programas y contenidos con objeto de informar, entretener o educar al público en general, así como emitir comunicaciones comerciales.

A este respecto, interesa traer a colación lo dispuesto en el Considerando 22 de la Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo de 10 de marzo de 2010 sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales,

reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual<sup>2</sup>, que señala:

*“A efectos de la presente Directiva, la definición de servicios de comunicación audiovisual debe abarcar los medios de comunicación de masas en su función de informar, entretener y educar al público general y debe incluir las comunicaciones audiovisuales comerciales, pero debe excluir toda forma de correspondencia privada, como los mensajes de correo electrónico enviados a un número limitado de destinatarios. La definición debe excluir asimismo todos los servicios cuyo principal objeto no sea proporcionar programas, es decir, aquellos cuyo contenido audiovisual sea meramente incidental y no constituya la finalidad principal. Como ejemplos cabe citar los sitios web que contienen elementos audiovisuales con una función exclusivamente auxiliar, elementos gráficos animados, pequeños anuncios publicitarios o información relacionada con un producto o servicio no audiovisual.”* Subrayado añadido.

De esta manera, desde el momento en el que en el perfil de Cervezas Ambar en Twitter, la existencia de programas (imágenes en movimiento con o sin sonido) es muy residual, no se puede entender que la principal finalidad de este servicio sea la emisión de contenidos audiovisuales, como exige el artículo 2 de la LGCA.

Por tanto, no siendo, en el momento actual, el servicio sobre el que se presta o difunde el anuncio denunciado, un servicio de comunicación audiovisual en los términos de la LGCA, esta Comisión no puede entrar a analizar la idoneidad del mismo al situarse al margen de las competencias sobre las que desempeña sus funciones.

Por todo cuanto antecede, la Sala de Supervisión Regulatoria de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia,

## **ACUERDA**

**ÚNICO.** - Archivar la denuncia recibida al no concurrir los elementos objetivos previstos en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, para entender que el servicio en el que se emite el anuncio

---

<sup>2</sup> Esta Directiva ha sido modificada por 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), pendiente de incorporación a la normativa nacional.

denunciado es un servicio de comunicación audiovisual sobre el que despliegue sus competencias la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Comuníquese esta Resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual y notifíquese a los interesados, haciéndoles saber que la misma pone fin a la vía administrativa y que pueden interponer contra ella recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.