



Bruselas, 16.9.2022
COM(2022) 457 final

2022/0277 (COD)

Propuesta de

REGLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO

por el que se establece un marco común para los servicios de medios de comunicación en el mercado interior (Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación) y se modifica la Directiva 2010/13/UE

(Texto pertinente a efectos del EEE)

{SEC(2022) 322 final} - {SWD(2022) 286 final} - {SWD(2022) 287 final}

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

1. CONTEXTO DE LA PROPUESTA

• Razones y objetivos de la propuesta

La presente exposición de motivos acompaña a la propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo por la que se establece un marco común para los servicios de comunicación en el mercado interior (la «Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación»). La propuesta responde al compromiso político de la presidenta Von der Leyen, que anunció la iniciativa en su discurso sobre el estado de la Unión de 2021. En él se destacaba el papel de servicio público que desempeña la información y se reconocía que los medios de comunicación no pueden recibir el mismo tratamiento que cualquier otra empresa y que su independencia debe protegerse a escala de la Unión¹. La iniciativa forma parte del programa de trabajo de la Comisión para 2022².

El sector de los medios de comunicación se integra en el ecosistema de los sectores cultural y creativo³, uno de los catorce ecosistemas industriales cruciales para una recuperación inclusiva y sostenible y para la doble transición (ecológica y digital) de la economía de la UE. Al mismo tiempo, los servicios de medios de comunicación no solo constituyen un sector importante y económicamente dinámico, sino que son, además, esenciales para una esfera cívica saludable y para las libertades económicas y los derechos fundamentales, incluida la igualdad⁴. Los medios de comunicación independientes, y en particular los dedicados a las noticias, facilitan acceso a una pluralidad de puntos de vista y constituyen fuentes fiables de información tanto para los ciudadanos como para las empresas. Contribuyen a configurar la opinión pública y ayudan a personas y empresas a formarse opiniones y tomar decisiones informadas. Desempeñan un papel crucial para preservar la integridad del espacio europeo de información y son esenciales en el funcionamiento de nuestras sociedades y economías democráticas. Las tecnologías digitales han incrementado las posibilidades de acceso a los medios de comunicación desde allende las fronteras y a través de diversas vías, y al mismo tiempo la competencia en el espacio de los medios digitales ha adquirido un carácter cada vez más internacional. La Unión Europea se ha erigido ya como un referente en el establecimiento de normas en este sector a escala mundial, y esta propuesta refuerza y organiza el espacio europeo de información.

En este contexto, la presente propuesta aborda una serie de problemas que afectan al funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación y al de los prestadores de dichos servicios. En particular, los medios de comunicación se enfrentan a trabas que obstaculizan su funcionamiento y afectan a las condiciones de inversión en el mercado interior, como la divergencia entre las normas y procedimientos nacionales relacionados con la libertad de los medios de comunicación y su pluralismo. Estas normas incluyen, en particular, el control de las concentraciones de mercado, a efectos del pluralismo de los medios de comunicación, y medidas proteccionistas que repercuten en el funcionamiento de las empresas de medios de comunicación. Esas normas han generado una fragmentación en el mercado interior, lo que afecta a la seguridad jurídica de los participantes

¹ Discurso sobre el estado de la Unión de 2021 de la presidenta Von der Leyen, Estrasburgo, 15 de septiembre de 2021.

² COM(2021) 645 final.

³ COM(2021) 350 final y SWD(2021) 351 final.

⁴ Además, la prestación de servicios de medios de comunicación debe cumplir las exigencias en materia de accesibilidad de la Directiva (UE) 2019/882 (Ley Europea de Accesibilidad) (DO L 151 de 7.6.2019, p. 70).

en el mercado de los medios de comunicación y provoca costes adicionales cuando el funcionamiento tiene carácter transfronterizo.

El panorama se complica más por la insuficiente cooperación entre los reguladores nacionales de los medios de comunicación⁵. El Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (en lo sucesivo, «ERGA», por sus siglas en inglés) tiene un margen de actuación limitado, relacionado únicamente con los servicios de medios de comunicación audiovisuales. Además, el ERGA no cuenta con los instrumentos y recursos suficientes para contribuir a resolver cuestiones transfronterizas o problemas prácticos en ámbitos clave de la regulación de los medios de comunicación. La insuficiente convergencia normativa que se deriva de todo ello afecta a los participantes en el mercado de los medios de comunicación, en particular a los prestadores de servicios de medios de comunicación y las plataformas de intercambio de vídeos, y menoscaba el interés general. El papel de los reguladores de los medios de comunicación también es fundamental en la protección frente a prestadores de servicios de medios de comunicación deshonestos, entre ellos los controlados por instancias estatales de determinados terceros países, ya sea desde el punto de vista financiero o desde el editorial, que pueden perjudicar o plantear el riesgo de perjudicar la seguridad pública y la defensa.

Los prestadores de servicios de medios de comunicación europeos también se enfrentan a una cifra creciente de injerencias en sus decisiones editoriales y su capacidad de prestar servicios de medios de comunicación de calidad (es decir, servicios producidos de forma independiente y en consonancia con los estándares periodísticos) en el mercado interior, como evidencian los informes anuales de la Comisión sobre el Estado de Derecho⁶ y el *Media Pluralism Monitor*⁷ (instrumento de seguimiento del pluralismo en los medios de comunicación). El problema se debe a la fragmentación de las salvaguardias que tratan de evitar las injerencias en la libertad editorial de todos los medios de comunicación y a las desigualdades entre las garantías de independencia de los medios de comunicación de servicio público⁸, que provocan falseamientos en las condiciones de competencia en el mercado interior.

Como elemento final, las barreras al mercado interior y el desequilibrio en las condiciones de competencia se derivan de una asignación opaca y poco equitativa de los recursos económicos. En particular, la opacidad en cuanto a la propiedad de los sistemas de medición de la audiencia y el sesgo inherente a ellos distorsionan los flujos de ingresos por publicidad, lo cual repercute negativamente en algunos prestadores de servicios de medios de comunicación en concreto y genera desventajas para los competidores que prestan servicios de medición de la audiencia ajustados a los estándares acordados por el sector⁹. El mercado

⁵ A fin de dar respuesta a las necesidades de aumento de la cooperación en el ámbito de los servicios de medios de comunicación audiovisual, los miembros del ERGA han acordado un memorando de entendimiento voluntario, que establece mecanismos no vinculantes para la cooperación transfronteriza. En la Comunicación «Los medios de comunicación europeos en la Década Digital: un plan de acción para apoyar su recuperación y transformación», la Comisión anunció que seguiría atentamente la aplicación del memorando de entendimiento para evaluar la necesidad de un mayor refuerzo de la cooperación en el marco del ERGA. A raíz de esa evaluación, la Comisión considera que es necesario un marco jurídico para la cooperación estructurada entre las autoridades u organismos reguladores de los medios de comunicación.

⁶ Informe sobre el Estado de Derecho de 2020, capítulo relativo a la comunicación y capítulos por país [COM(2020) 580 final y SWD(2020) 300-326 final]; informe sobre el Estado de Derecho de 2021, capítulo relativo a la comunicación y capítulos por país [COM(2021) 700 final y SWD(2021) 701-727 final]; informe sobre el Estado de Derecho de 2022, capítulo relativo a la comunicación y capítulos por país [COM(2022) 500 final y SWD(2022) 501-527 final].

⁷ Centro para el Pluralismo y la Libertad de los Medios de Comunicación, *Media Pluralism Monitor*.

⁸ Los medios de comunicación de servicio público ocupan un lugar crucial en el mercado de los medios de comunicación, dada su misión de servicio público. Constituyen una importante, cuando no la esencial, fuente de información para un número sustancial de ciudadanos y empresas.

⁹ La medición de la audiencia tiene un efecto directo sobre la asignación y los precios de la publicidad, que representa una fuente de ingresos esencial para el sector de los medios de comunicación. Se trata de un instrumento crucial para evaluar los resultados del contenido de los medios de comunicación y entender las preferencias de la audiencia, de cara a planificar la futura producción de contenidos. Tradicionalmente, los participantes relevantes en el mercado de los medios de comunicación han acordado una

interior también se ve falseado por la asignación opaca y poco equitativa de la publicidad estatal (es decir, los fondos públicos utilizados a efectos publicitarios), que puede asignarse preferentemente a los prestadores de servicios nacionales favorables o utilizarse para beneficiar y subvencionar de manera encubierta a determinados medios que ofrecen puntos de vista favorables al Gobierno. La regulación en este ámbito está fragmentada y es limitada¹⁰, dado que muchos Estados miembros carecen de normas específicas y las normas vigentes tienen ámbitos de aplicación discrepantes¹¹, lo cual va en detrimento de la seguridad jurídica y entraña el riesgo de decisiones arbitrarias o discriminatorias.

Si bien la gravedad de los problemas es variable a lo largo y ancho de la UE, en general esos problemas dificultan a los prestadores de servicios de medios de comunicación el uso del mercado interior en todo su potencial, el mantenimiento de la sostenibilidad económica y el desempeño adecuado de su papel social de informar a las personas y las empresas. Los destinatarios de servicios de medios de comunicación también sufren los efectos negativos de una oferta de medios de comunicación insuficiente o carente de independencia, del desequilibrio en las condiciones de competencia y de la falta de protección de sus intereses.

Tanto el Parlamento¹² como el Consejo¹³ han hecho repetidos llamamientos a la Comisión para que actúe en pos de la eliminación de las barreras al funcionamiento del mercado interior de los medios de comunicación y promueva el pluralismo y la independencia en dicho mercado. En el informe final de la Conferencia sobre el Futuro de Europa, publicado el 9 de mayo de 2022, las propuestas de los ciudadanos reiteraban el llamamiento a la UE para que profundice en la promoción de la independencia y el pluralismo de los medios de comunicación, en particular adoptando legislación que aborde las amenazas a la independencia de los medios de comunicación por medio de normas mínimas a escala de la UE. Asimismo, pedían que se defiendan y se apoyen unos medios de comunicación libres, plurales e independientes, que se intensifique la lucha contra la desinformación y las injerencias extranjeras, y que se garantice la protección de los periodistas¹⁴.

serie de estándares metodológicos para el desarrollo de indicadores de referencia imparciales mediante los cuales evaluar los retornos de sus inversiones. En varios países se han instaurado mecanismos de autorregulación que aúnan a las partes interesadas clave del sector de los medios de comunicación y de la publicidad, como los comités mixtos sectoriales autorregulados, con objeto de organizar y llevar a cabo mediciones de audiencia de forma transparente, inclusiva y fiable.

¹⁰ La distribución y la transparencia de la publicidad estatal se regula, en algunos aspectos, mediante un marco fragmentado de medidas específicas para el sector de los medios y legislación general sobre la contratación pública, que, sin embargo, no afecta a todo el gasto público en publicidad ni ofrece una protección suficiente contra la distribución preferencial o sesgada. En particular, la Directiva 2014/24/UE del Parlamento Europeo y del Consejo no es aplicable a los contratos de servicio público para la adquisición, el desarrollo, la producción o la coproducción de material programático destinado a los servicios de medios de comunicación audiovisual o de medios de comunicación radiofónicos.

¹¹ Véanse también los análisis de las normas sobre publicidad estatal en el informe anual sobre el Estado de Derecho.

¹² Resolución de 21 de mayo de 2013 sobre la Carta de la UE, 2011/2246(INI); Resolución de 3 de mayo de 2018 sobre pluralismo y libertad de los medios de comunicación en la UE, 2017/2209(INI); Resolución de 25 de noviembre de 2020 sobre el refuerzo de la libertad de los medios de comunicación, la protección de los periodistas en Europa, el discurso del odio, la desinformación y el papel de las plataformas, 2020/2009 (INI); Resolución de 20 de octubre de 2021 sobre los medios de comunicación europeos en la Década Digital: un plan de acción para apoyar la recuperación y la transformación, 2021/2017(INI); Resolución de 11 de noviembre de 2021 sobre el refuerzo de la democracia y de la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación en la UE, 2021/2036(INI); Resolución de 9 de marzo de 2022 sobre las injerencias extranjeras en todos los procesos democráticos en la Unión Europea, incluida la desinformación, 2020/2268(INI).

¹³ Conclusiones del Consejo sobre la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación en el entorno digital, DO C 32 de 4.2.2014; Conclusiones del Consejo sobre la salvaguardia de un sistema de medios de comunicación libre y pluralista, DO C 422 de 7.12.2020; Conclusiones del Consejo sobre los medios de comunicación europeos en la Década Digital: un plan de acción para apoyar su recuperación y transformación, 8727/21 de 18.5.2021; Conclusiones del Consejo sobre «crear una estrategia europea para el ecosistema de las industrias culturales y creativas», DO C 160 de 13.4.2022; Declaración de los ministros europeos responsables de Cultura, Sector Audiovisual y Medios de Comunicación, reunidos en Angers los días 7 y 8 de marzo de 2022.

¹⁴ Conferencia sobre el Futuro de Europa. Informe sobre el resultado final, mayo de 2022, en particular las propuestas 27, apartado 1, y 37, apartado 4.

En este contexto, la propuesta de Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación tiene por objeto mejorar el funcionamiento del mercado interior de los medios de comunicación.

La propuesta se estructura sobre cuatro objetivos específicos:

- **Fomentar la actividad y la inversión transfronterizas** en los servicios de medios de comunicación mediante la armonización de ciertos elementos de los marcos nacionales divergentes relativos al pluralismo de los medios de comunicación, en particular para facilitar la prestación transfronteriza de servicios. Mediante la coordinación a escala de la Unión, la propuesta tiene por objeto garantizar que, cuando evalúen las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación, las autoridades nacionales independientes aborden el pluralismo y la independencia de los medios de comunicación de una forma coherente.
- **Mejorar la cooperación y la convergencia normativas** por medio de instrumentos de coordinación transfronteriza y dictámenes y orientaciones a escala de la UE. Con ello se promoverán enfoques coherentes con respecto al pluralismo y la independencia de los medios de comunicación y se facilitará una protección efectiva a los usuarios de los servicios de medios de comunicación frente a los contenidos ilegales y nocivos, incluidos los ofrecidos en línea, especialmente en lo que respecta a los prestadores de servicios (incluidos los de terceros países) que no observan las normas de la UE en materia de medios de comunicación.
- **Facilitar la prestación de servicios de medios de comunicación de calidad** a través de la reducción del riesgo de injerencias públicas y privadas indebidas en la libertad editorial. La propuesta tiene por fin garantizar que los periodistas y los editores puedan trabajar sin injerencias, incluso cuando se trate de proteger sus fuentes y comunicaciones. Con el fomento de la independencia editorial, se garantiza también una mejor protección de los intereses de los destinatarios de servicios de medios de comunicación.
- **Garantizar una asignación transparente y equitativa de los recursos económicos** en el mercado interior de los medios de comunicación mediante el refuerzo de la transparencia y la equidad en la medición de la audiencia y en la asignación de la publicidad estatal. La propuesta persigue garantizar la transparencia, la no discriminación, la proporcionalidad, la objetividad y la inclusividad de los métodos de medición de la audiencia, en particular en línea. También garantizará la transparencia, la no discriminación, la proporcionalidad y la objetividad en la asignación de publicidad estatal a los medios, con el fin de minimizar los riesgos de mal uso de la financiación pública para intereses partidistas, en perjuicio de otros participantes en el mercado. De ese modo, promoverá la competencia leal en el mercado interior de los medios de comunicación.

La propuesta legislativa viene acompañada por una Recomendación que establece un catálogo de buenas prácticas voluntarias para que las empresas de medios de comunicación promuevan la independencia editorial y recomendaciones a dichas empresas y a los Estados miembros en pro de un aumento de la transparencia en cuanto a la propiedad de los medios de comunicación. La Recomendación contribuirá a reducir los riesgos de injerencia injustificada

en las decisiones editoriales concretas y a mejorar el acceso a la información sobre la propiedad de los medios de comunicación¹⁵.

- **Coherencia con las disposiciones existentes en la misma política sectorial**

La presente propuesta es coherente con las normas vigentes de la UE, tanto horizontales como sectoriales, relativas a los servicios de medios de comunicación y en línea. Su propósito es abordar las lagunas normativas que afectan al funcionamiento del mercado interior de los medios de comunicación.

Para lograrlo, la propuesta se fundamenta, en primer lugar, en la Directiva sobre Servicios de Comunicación Audiovisual revisada¹⁶, que regula la coordinación a escala de la Unión de las legislaciones nacionales sobre medios de comunicación audiovisual. Fortalece la cooperación en el seno del Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA) establecido por la Directiva, al transformarlo en el Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación (en lo sucesivo, «el Comité») y dotarlo de un ámbito de actuación más amplio y de funciones adicionales¹⁷.

La propuesta establece nuevas normas relacionadas con los servicios de medios de comunicación, como las relativas a la protección de las fuentes y las comunicaciones periodísticas, la publicidad estatal y la medición de la audiencia. De este modo, complementa la reforma de los derechos de autor¹⁸, que apoya la sostenibilidad financiera de la prensa.

La propuesta es plenamente coherente con la Directiva sobre el comercio electrónico¹⁹ y con el Reglamento sobre las relaciones entre plataformas y empresas (P2B)²⁰, y complementa a ambos. Complementa asimismo (y es igualmente coherente con ellas) a la Ley de Servicios Digitales²¹ y la Ley de Mercados Digitales²², que establecen marcos horizontales en los que se fijan normas armonizadas en materia de servicios en línea. La propuesta aborda cuestiones pendientes que afectan específicamente al sector y que los dos instrumentos horizontales no tratan plenamente.

La propuesta complementa las normas de la UE en materia de competencia, que no abordan de manera directa las repercusiones que las concentraciones de mercado podrían tener sobre el pluralismo o la independencia de los medios de comunicación, y en materia de ayudas estatales, que se aplican caso por caso (a menudo *ex post*) y no resuelven en grado suficiente los problemas creados por la asignación no equitativa de los recursos estatales a los prestadores de servicios de medios de comunicación. También garantiza que la publicidad

¹⁵ Véanse también los análisis de la transparencia en cuanto a la propiedad de los medios de comunicación que contiene el informe anual sobre el Estado de Derecho.

¹⁶ 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 (DO L 95 de 15.4.2010, p. 1), revisada por la Directiva (UE) 2018/1808 (DO L 303 de 28.11.2018, p. 69).

¹⁷ Por ese motivo, la propuesta incluye una modificación específica de la Directiva 2010/13/UE, limitada a derogar su artículo 30 *ter*, por el que se establece el ERGA, y a sustituir, en consecuencia, las referencias al ERGA y a sus funciones. Con arreglo a la noción de «paralelismo de las formas», un instrumento jurídico debe, en principio, sustituirse mediante un instrumento jurídico de la misma naturaleza. La modificación de la Directiva 2010/13/UE por medio del presente Reglamento es específica y se limita a una disposición que los Estados miembros no han de transponer. Por ello, está justificada.

¹⁸ Directiva (UE) 2019/790 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 17 de abril de 2019, sobre los derechos de autor y derechos afines en el mercado único digital y por la que se modifican las Directivas 96/9/CE y 2001/29/CE (DO L 130 de 17.5.2019, p. 92).

¹⁹ Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico) (DO L 178 de 17.7.2000, p. 1).

²⁰ Reglamento (UE) 2019/1150 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de junio de 2019, sobre el fomento de la equidad y la transparencia para los usuarios profesionales de servicios de intermediación en línea (DO L 186 de 11.7.2019, p. 57).

²¹ COM(2020) 825 final.

²² COM(2020) 842 final.

estatal quede sistemáticamente sometida a normas *ex ante* relativas a la transparencia, en particular en lo que se refiere a los beneficiarios y a los importes gastados, así como a la asignación equitativa de dicha publicidad. La propuesta, y en particular sus disposiciones sobre publicidad estatal, es coherente con la propuesta de Reglamento sobre la transparencia y la segmentación de la publicidad política²³.

Además, la propuesta complementa las normas vigentes de la UE en materia de transparencia de la propiedad y no tiene incidencia sobre ellas. La Directiva contra el blanqueo de capitales²⁴ es el principal instrumento de garantía de la transparencia en cuanto a la titularidad real, mientras que la Directiva sobre el Derecho de Sociedades en la UE²⁵ regula la información que, en particular, las sociedades de responsabilidad limitada deben divulgar en los registros mercantiles. La Directiva sobre Servicios de Comunicación Audiovisual alienta a los Estados miembros a adoptar medidas que hagan accesible la información sobre la estructura de propiedad de los medios de comunicación audiovisual. La propuesta complementará el marco vigente al exigir a todos los prestadores de servicios de medios de comunicación que ofrecen noticias y contenidos de actualidad que aporten información sobre la propiedad de los medios de comunicación, en particular sobre los titulares directos, indirectos y reales, a los destinatarios de esos servicios.

La propuesta también es coherente con el Protocolo sobre el sistema de radiodifusión pública de los Estados miembros (Protocolo de Ámsterdam)²⁶, que reconoce la competencia de los Estados miembros para definir el alcance de los medios de comunicación de servicio público y para aportar su financiación en la medida en que dicha financiación no afecte a las condiciones de los intercambios y a la competencia en la UE en una medida tal que resulte contraria al interés común. El Protocolo de Ámsterdam confirma de manera implícita que los medios de comunicación de servicio público entran en el ámbito del mercado interior.

La propuesta se ajusta a la Brújula Estratégica para la Seguridad y la Defensa²⁷ y a las Conclusiones del Consejo correspondientes²⁸. Mediante el refuerzo del papel de los reguladores de los medios de comunicación y de la cooperación entre ellos, también en lo que afecta al espacio de información de la UE, la propuesta complementa las actuaciones emprendidas para desarrollar el conjunto de instrumentos de la UE contra la manipulación de información y la injerencia por parte de agentes extranjeros.

La propuesta se ajusta a lo establecido en la Recomendación del Comité de Ministros del Consejo de Europa a los Estados miembros sobre la gobernanza de los medios de comunicación de servicio público²⁹, conforme a la cual dichos medios deben funcionar y

²³ Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la transparencia y la segmentación de la publicidad política [COM(2021) 731 final].

²⁴ Directiva (UE) 2015/849, de 20 de mayo de 2015, relativa a la prevención de la utilización del sistema financiero para el blanqueo de capitales o la financiación del terrorismo, y por la que se modifica el Reglamento (UE) n.º 648/2012, y se derogan la Directiva 2005/60/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y la Directiva 2006/70/CE de la Comisión (DO L 141 de 5.6.2015, p. 73).

²⁵ 25 Directiva (UE) 2017/1132, de 14 de junio de 2017, sobre determinados aspectos del Derecho de sociedades (DO L 169 de 30.6.2017, p. 46).

²⁶ Tratado de Ámsterdam por el que se modifican el Tratado de la Unión Europea, los Tratados constitutivos de las Comunidades Europeas y determinados actos conexos - Protocolo anejo al Tratado constitutivo de la Comunidad Europea - Protocolo sobre el sistema de radiodifusión pública de los Estados miembros (DO C 340 de 10.11.1997, p. 109).

²⁷ Brújula Estratégica para la Seguridad y la Defensa.

²⁸ Conclusiones del Consejo. Esfuerzos adicionales para reforzar la resiliencia y luchar contra las amenazas híbridas, 14972/19 de 10.12.2019; Conclusiones del Consejo sobre el refuerzo de la resiliencia y la lucha contra las amenazas híbridas, en particular la desinformación en el contexto de la pandemia de COVID-19, 14064/20 de 15.12.2020, y Conclusiones del Consejo sobre la manipulación de información y la injerencia por parte de agentes extranjeros, 11429/22 de 18.7.2022.

²⁹ Recomendación CM/Rec(2012)1 del Comité de Ministros a los Estados miembros sobre la gobernanza de los medios de comunicación de servicio público (adoptada por el Comité de Ministros el 15 de febrero de 2012 en la 1134.ª reunión de los Delegados de los Ministros).

evolucionar en un marco de gobernanza sostenible, que asegure tanto la necesaria independencia editorial como la rendición de cuentas pública.

En vista de las amenazas recientes contra fuentes periodísticas, la propuesta añade una salvaguardia específica contra la implantación de programas espía en dispositivos utilizados por los prestadores de servicios de medios de comunicación o por periodistas, que se fundamenta en las protecciones que establece la Directiva 2002/58/CE (Directiva sobre la privacidad), la Directiva 2016/680/UE (Directiva sobre protección de datos en el ámbito penal) y la Directiva 2013/40/UE relativa a los ataques contra los sistemas de información.

- **Coherencia con otras políticas de la Unión**

La propuesta se fundamenta en el Plan de Acción para la Democracia Europea³⁰, en el que la Comisión proponía un conjunto de medidas destinadas a promover la participación democrática, luchar contra la desinformación y apoyar unos medios de comunicación libres e independientes. Mediante el refuerzo de la protección de las fuentes y las comunicaciones periodísticas, la iniciativa complementa la Recomendación sobre la protección, la seguridad y el empoderamiento de los periodistas³¹, así como la propuesta de Directiva³² y la Recomendación³³ relativas a la protección de las personas que participan en la esfera pública frente a procedimientos judiciales manifiestamente infundados o abusivos («demandas estratégicas contra la participación pública»). La propuesta establece actuaciones concretas que dan respuesta a la Declaración Europea sobre los Derechos Digitales y los Principios de la Década Digital³⁴, la cual hace un llamamiento a la salvaguardia de la libertad de expresión y de información en línea, y apoya la aplicación del plan de acción de los medios de comunicación y el sector audiovisual³⁵, en el que la Comisión establece una serie de acciones para reforzar la sostenibilidad financiera y la transformación digital del sector de los medios de comunicación.

La propuesta tiene por fin reforzar la independencia editorial de los prestadores de servicios de medios de comunicación. Paralelamente, la sostenibilidad financiera es un elemento clave para la protección de la independencia editorial frente a presiones de mercado internas y externas. Según pusieron de manifiesto varias partes interesadas durante el proceso de consulta, la frágil situación económica del sector de los medios de comunicación sigue siendo un problema, agravado por la crisis de la COVID-19. Asegurar unas fuentes de financiación diversas y suficientes podría reforzar la resiliencia y la independencia de los medios de comunicación, y sustentar la prestación de servicios de calidad a los europeos.

En consecuencia, el sector de los medios de comunicación ha ido acudiendo en un grado creciente a la UE en busca de apoyo financiero, dado que durante largo tiempo la Comisión ha cofinanciado la cobertura de los asuntos europeos por los medios de comunicación independientes para fomentar una esfera pública europea. La financiación europea, aun siendo inevitablemente limitada en comparación con la magnitud y la importancia del sector, está, empero, en una situación ideal para contribuir a la recuperación de las consecuencias de la pandemia de COVID-19 por el sector, a la transformación digital de las noticias y a la

³⁰ COM(2020) 790 final.

³¹ C(2021) 6650 final.

³² COM(2022) 177 final.

³³ Recomendación (UE) 2022/758 de la Comisión, de 27 de abril de 2022, sobre la protección de periodistas y defensores de los derechos humanos que participan en la esfera pública frente a procedimientos judiciales manifiestamente infundados o abusivos («demandas estratégicas contra la participación pública») (DO L 138 de 17.5.2022, p. 30).

³⁴ COM(2022) 28 final.

³⁵ COM(2020) 784 final.

experimentación transfronteriza de nuevos formatos o nuevos modelos para monetizar los contenidos en línea.

Como resultado, tras la adopción del plan de acción para los medios de comunicación y el sector audiovisual en diciembre de 2020, la Comisión ha combinado actuaciones destinadas a apoyar a los medios de comunicación especializados en noticias, con pleno respeto de la independencia editorial. Por ejemplo, ha instaurado MEDIA INVEST, un instrumento específico de inversión en capital en el marco del programa InvestEU, diseñado para fomentar la capacidad financiera de las empresas audiovisuales europeas. El apoyo en forma de capital también está a disposición de los medios de comunicación especializados en noticias desde 2022, combinado con actuaciones de preparación de la inversión dirigidas a movilizar a los inversores privados y aumentar los volúmenes de inversión en capital. Paralelamente, la Comisión está apoyando la puesta en marcha de un mecanismo de coinversión específica en el marco del programa InvestEU con fundaciones y organizaciones filantrópicas, con el fin de centrarse en tres ámbitos específicos de misión, entre ellos el denominado «Pluralismo de los medios de comunicación, democracia y cultura»³⁶. La innovación es otro de los ejes de la combinación: en el marco de los programas digital y de investigación e innovación, se ofrece financiación para desarrollar soluciones innovadoras, como por ejemplo una convocatoria de propuestas, cuyo inicio se producirá en breve, para el desarrollo de un espacio europeo de datos sobre los medios de comunicación. Además, la investigación innovadora financiada en el marco de Horizonte 2020 y Horizonte Europa ayuda a entender la influencia de los medios de comunicación sobre los ciudadanos y la democracia y aporta instrumentos y estrategias para el fomento de un panorama de medios de comunicación más sano y más diverso, que haga frente a la desinformación en línea y mejore los estándares periodísticos. Los contactos periódicos con el sector en el contexto del Foro Europeo de los Medios Informativos también contribuyen al seguimiento de la innovación en el sector y constituyen un foro de debate acerca del programa de la UE en este ámbito.

Tras el plan de acción para los medios de comunicación y el sector audiovisual, el sector de los medios de comunicación especializados en noticias se ha convertido en un foco específico del programa Europa Creativa, diseñado para apoyar los sectores cultural y creativo. El programa puede financiar asociaciones entre organizaciones de medios de comunicación con el fin de innovar, probar nuevos formatos o compartir buenas prácticas a través de las fronteras. Europa Creativa también cofinancia proyectos que promueven un entorno de medios de comunicación más pluralista: las subvenciones permiten proteger a los reporteros (lo que incluye la prestación de apoyo jurídico) y abarcan ámbitos como la búsqueda de información, el seguimiento, la labor de defensa, la información al público y la sensibilización. La financiación de la UE también ha apoyado el funcionamiento de los consejos de medios de comunicación, además de las actividades del *Media Pluralism Monitor*. A partir de 2023, la Comisión también asignará financiación específica en el marco del programa Europa Creativa para dar apoyo a los medios de comunicación que sirven al interés público, como los medios de investigación, y de esta manera contribuirá a un debate plural a través de las fronteras y a una mayor salud de la democracia.

La demanda de financiación de los medios de comunicación excede de los fondos disponibles. El Parlamento Europeo pidió que se reforzaran las oportunidades de financiación para el sector de los medios de comunicación especializados en noticias, en particular por medio de un Fondo de Medios Informativos permanente y el incremento de los presupuestos asignados

³⁶ Los otros dos ámbitos de misión son los denominados «Transformaciones sociales relacionadas con la transición ecológica» e «Igualdad e inclusión».

al capítulo Intersectorial y al dedicado al programa Media en el marco de Europa Creativa³⁷. El Consejo también invitó a la Comisión a reforzar la financiación del periodismo independiente³⁸. Con vistas a complementar las políticas actuales de la UE, y en última instancia a reforzar la resiliencia financiera del sector, la Comisión va a cartografiar los regímenes de financiación pública y las iniciativas desarrolladas por los Estados miembros y a determinar las tendencias y las lagunas en lo que respecta a la financiación.

2. BASE JURÍDICA, SUBSIDIARIEDAD Y PROPORCIONALIDAD

• Base jurídica

La base jurídica de la presente propuesta es el artículo 114 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), que prevé la adopción de medidas relativas a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros que tengan por objeto el establecimiento y el funcionamiento del mercado interior.

La propuesta tiene por fin abordar la fragmentación de los enfoques normativos nacionales relativos a la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación y a la independencia editorial. Con ello se fomentará un enfoque común y la coordinación a escala de la UE, se garantizará el funcionamiento óptimo del mercado interior de los servicios de medios de comunicación y se evitará el surgimiento de futuros obstáculos al funcionamiento de los prestadores de servicios de medios de comunicación en toda la UE.

En particular, la propuesta tiene por objeto resolver los problemas siguientes, que obstaculizan la prestación de servicios de medios de comunicación en el mercado interior:

- las restricciones nacionales relacionadas con las fuentes y las comunicaciones de los periodistas en cuanto que prestadores de servicios, que afectan a la producción y la prestación de servicios de medios de comunicación;
- la injerencia en el funcionamiento de los prestadores de servicios de medios de comunicación, incluso en sus decisiones editoriales, y la divergencia en los enfoques relativos a la protección de la independencia editorial;
- el riesgo de injerencia estatal en los medios de comunicación de servicio público, que menoscaba la igualdad de condiciones de competencia en el mercado interior y la calidad de los medios de comunicación de servicio público;
- las operaciones de mercado de los operadores deshonestos (incluidos los prestadores de servicios de medios de comunicación controlados por los poderes públicos de determinados terceros países, ya sea desde el punto de vista financiero o desde el editorial), que crean tensiones en la aplicación de las normas de libre circulación dentro de la Unión;
- dada la creciente digitalización de la distribución de servicios de medios de comunicación, los riesgos frente a la prestación libre de servicios de medios de comunicación en plataformas en línea de muy gran tamaño, que menoscaban la igualdad de condiciones de competencia en el mercado interior;

³⁷ Parlamento Europeo, Comisión de Cultura y Educación, Informe sobre los medios de comunicación europeos en la Década Digital: un plan de acción para apoyar la recuperación y la transformación, 2021/2017(INI).

³⁸ Conclusiones del Consejo sobre la protección y la seguridad de los periodistas y otros profesionales de los medios de comunicación (DO C 245 de 28.6.2022).

- las medidas nacionales relativas al mercado de los medios de comunicación que afectan al funcionamiento de los proveedores de servicios de medios de comunicación restringiendo la libre circulación en la Unión y fragmentando con ello el mercado interior, lo que conduce a la inseguridad jurídica; ocurre lo mismo con las normas y procedimientos nacionales de evaluación de los efectos de las concentraciones de medios de comunicación sobre el pluralismo mediático y la independencia editorial;
- la opacidad y los posibles sesgos en los sistemas y métodos de medición de la audiencia, que provocan el falseamiento del mercado y menoscaban la igualdad de condiciones de competencia en el mercado interior;
- la asignación no equitativa y no transparente de los gastos publicitarios estatales a prestadores de servicios de medios de comunicación, incluidos los establecidos en otros Estados miembros.

Además, el artículo 114 del TFUE es una base jurídica adecuada para la creación de nuevas estructuras con arreglo al Derecho de la UE, lo que resulta particularmente pertinente dado el aspecto de gobernanza de la iniciativa, que pretende fomentar una cooperación más estrecha entre los reguladores nacionales de los medios de comunicación en el marco de un Comité a escala de la UE, al que se encargaría promover la aplicación eficaz y coherente de las normas de la UE en materia de medios de comunicación.

El legislador de la Unión no solo debe respetar los derechos fundamentales al regular el mercado interior³⁹, sino que también ha de equilibrar derechos fundamentales que entran en conflicto⁴⁰. La presente propuesta de Reglamento constituye un marco legislativo armonizado, coordinado y polifacético, mediante el cual el legislador contribuye al desarrollo y a la protección del mercado interior de los servicios de medios de comunicación, tratando a la vez con ello de satisfacer varios intereses públicos legítimos adicionales (entre ellos, la protección de los usuarios) y reconciliando de manera equitativa los derechos fundamentales de todas las personas implicadas.

• Subsidiariedad

Los Estados miembros no pueden alcanzar por sí solos los objetivos de la intervención, ya que los problemas tienen un carácter crecientemente transfronterizo y no se limitan a un Estado miembro individual o a un subconjunto de Estados miembros. La producción, la distribución y el consumo de contenido mediático, incluidas las noticias, tienen un carácter crecientemente digital y transfronterizo, a medida que Internet continúa impulsando la transformación de los modelos tradicionales de negocio de los medios de comunicación. La prestación de servicios de medios de comunicación en toda la UE se está viendo cada vez más afectada por las plataformas de alcance mundial, que actúan como puertas de entrada a los contenidos mediáticos y al mismo tiempo son proveedores de publicidad en línea sumamente importantes.

Un enfoque común de la UE que promueva la convergencia, la transparencia, la seguridad jurídica y unas condiciones de competencia equitativas para los participantes pertinentes en el mercado de los medios de comunicación es la mejor manera de hacer avanzar el mercado

³⁹ Sentencias de 13 de diciembre de 1979, Hauer, 44/79, EU:C:1979:290, apartados 14 a 16; de 20 de mayo de 2003, Österreichischer Rundfunk, asuntos acumulados C-465/00, C-138/01 y C-139/01, EU:C:2003:294, apartados 68 y ss.; y de 9 de noviembre de 2010, Schecke, asuntos acumulados C-92/09 y C-93/09, EU:C:2010:662, apartado 46.

⁴⁰ Sentencias de 15 de septiembre de 2016, McFadden, C-484/14, EU:C:2016:170, apartados 68 y ss.; y de 26 de abril de 2022, Polonia/Parlamento y Consejo («Directiva sobre los derechos de autor»), C-401/19, EU:C:2022:29, apartado 66.

interior del sector. Reducirá la carga para los prestadores de servicios de medios de comunicación, que tienen que cumplir diferentes regímenes jurídicos nacionales cuando operan en varios Estados miembros. Aumentará la seguridad jurídica para los participantes en el mercado de los medios de comunicación, promoviendo con ello la competencia leal y la inversión transfronteriza. Asimismo, permitirá a los reguladores de los medios de comunicación adoptar respuestas coordinadas en materias que afecten al espacio de información de la UE y, en particular, a los intereses de los consumidores de la Unión.

La iniciativa tiene debidamente en cuenta el Protocolo sobre el sistema de radiodifusión pública de los Estados miembros (Protocolo de Ámsterdam) y el artículo 4, apartado 2, del Tratado de la Unión Europea (TUE). No interferirá con las competencias de los Estados miembros de aportar financiación a los medios de comunicación de servicio público de modo que puedan cumplir su misión de servicio público, según hayan sido conferidas, definidas y organizadas a nivel nacional, ni con las identidades nacionales ni las tradiciones normativas en el ámbito de los medios de comunicación. También tiene en cuenta los puntos de vista de las partes interesadas, y por lo tanto se fundamenta en la consideración de que unas normas sobre el pluralismo de los medios de comunicación de la UE excesivamente uniformes y detalladas serían poco deseables y desproporcionadas, dado que esas normas deben adaptarse al contexto histórico y cultural de cada Estado miembro. En lugar de eso, la iniciativa alcanza un equilibrio correcto entre unas disposiciones formuladas de manera general y unas normas más específicas para alcanzar los objetivos de la actuación.

- **Proporcionalidad**

La iniciativa se fundamenta en los marcos jurídicos vigentes y solamente se centrará en los ámbitos en los que la actuación adicional de la UE resulta necesaria para el buen funcionamiento del mercado interior de los medios de comunicación, en particular a fin de garantizar unas condiciones equitativas de competencia y un funcionamiento independiente de los participantes en el mercado de los medios de comunicación en toda la Unión. Se limita a las cuestiones en las que los Estados miembros no pueden alcanzar soluciones satisfactorias por sí solos, y contempla una armonización bien calibrada que no va más allá de lo necesario para alcanzar el objetivo de establecer un marco común para el buen funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación, garantizando al mismo tiempo la calidad de esos servicios. El hecho de que varias de las normas propuestas estén basadas en principios también contribuye a garantizar la proporcionalidad de las propuestas.

La propuesta da lugar a unos costes de cumplimiento y de ejecución limitados, que probablemente se verán compensados por unos beneficios significativos para los participantes en el mercado de los medios de comunicación y los ciudadanos. A través del refuerzo de la transparencia y la reducción de la fragmentación normativa en el mercado, la propuesta aumentará la seguridad jurídica y la competencia leal a la vez que reducirá los falseamientos en el mercado. De ese modo se aumentará la confianza de los inversores y se reducirá la carga aparejada a las operaciones transfronterizas del mercado de los medios de comunicación, creando un entorno positivo para las inversiones y para la libre prestación de servicios de medios de comunicación en toda la UE. Los ciudadanos y las empresas también se beneficiarán de una oferta de medios de comunicación más diversa y plural, un aumento de la transparencia y una mejora en el acceso a la información.

- **Elección del instrumento**

La propuesta adopta la forma de un Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo. En vista de los problemas que deben abordarse y del contexto económico, social y político, un reglamento se adapta mejor que una directiva al objetivo de garantizar un nivel coherente de protección en toda la UE y de reducir las divergencias normativas que obstaculizarían la

prestación independiente de servicios de medios de comunicación en el mercado interior. Permitirá la rápida aplicación de nuevas normas de la UE, y así abordará los problemas con más rapidez. Con ello se evitarán un proceso de transposición prolongado y las divergencias o falseamientos que podrían surgir durante el proceso de transposición, ya que se establecerán disposiciones directamente aplicables y se prevendrán situaciones en las que los Estados miembros utilicen el proceso de transposición como pretexto para introducir o mantener medidas legislativas que, en esencia, vayan en contra de los prestadores de servicios de medios de comunicación o sean discriminatorias de algún otro modo. El recurso a un reglamento también es preferible por el componente institucional de la iniciativa (la creación del Comité). La elección de un reglamento también está justificada por la creciente digitalización y el carácter cada vez más transfronterizo de la prestación de servicios de medios de comunicación, que exige un enfoque rápido y coherente en todo el mercado interior. Al establecer disposiciones directamente aplicables, el reglamento propuesto garantizará igualmente la cooperación eficaz y eficiente entre las autoridades y organismos reguladores nacionales de los medios de comunicación de los Estados miembros.

3. RESULTADOS DE LAS EVALUACIONES *EX POST*, DE LAS CONSULTAS CON LAS PARTES INTERESADAS Y DE LAS EVALUACIONES DE IMPACTO

• Consultas con las partes interesadas

La propuesta se basa en amplias consultas con las partes interesadas, a la luz de los principios y normas generales relativos a las consultas de las partes interesadas por parte de la Comisión.

El 21 de diciembre de 2021 se publicó una convocatoria de datos que anunciaba la iniciativa, la cual quedó abierta a comentarios hasta el 25 de marzo de 2022. Se recibió un total de 1 473 respuestas⁴¹. Entre el 10 de enero y el 25 de marzo de 2022 se abrió asimismo una consulta pública, que recibió 917 respuestas⁴². Ambas se promovieron en el sitio web de la Comisión, así como a través de los medios sociales y redes específicas. La convocatoria de datos trataba de recabar comentarios generales en respuesta al anuncio de la iniciativa por parte de la Comisión, mientras que la consulta pública reunió puntos de vista mediante un cuestionario estructurado que contenía preguntas específicas acerca de la iniciativa.

Además, la Comisión organizó reuniones con partes interesadas y expertos clave para recabar pruebas y datos adicionales acerca de los problemas concretos que deben abordarse mediante la iniciativa, el enfoque estratégico y sus efectos, así como información técnica sobre las prácticas habituales en el sector. También llevó a cabo talleres específicos y analizó numerosos documentos de posición y de análisis recibidos en el contexto de la preparación de la iniciativa. La elaboración de la evaluación de impacto en la que se sustenta la iniciativa contó con el apoyo de dos estudios externos que incluían una serie de consultas individuales con partes interesadas clave⁴³.

Además, la Comisión debatió la iniciativa con miembros del Comité de Contacto de la Directiva sobre Servicios de Comunicación Audiovisual y con el ERGA. Estos grupos de

⁴¹ Comisión Europea (2022). Resultados de la convocatoria de datos. Se recibió un total de 1 470 aportaciones a través del portal «Díganos lo que piensa», y otras tres aportaciones adicionales se recibieron fuera del sitio, pero dentro del plazo, por lo cual se las incluyó entre las respuestas.

⁴² Comisión Europea (2022). Resultado de la consulta pública.

⁴³ PwC, Intellera y Open evidence, «Apoyo a la elaboración de una evaluación de impacto que acompañe a una iniciativa de la UE sobre la Ley Europea de Libertad de los Medios de comunicación», VIGIE 2021-644; Instituto Universitario Europeo, Universidad Católica de Lovaina, Universidad de Ámsterdam y Universidad Libre de Bruselas, «Estudio sobre la pluralidad y la diversidad en línea», VIGIE 2020-825.

expertos facilitan un canal directo para consultar a las autoridades más pertinentes de los Estados miembros. Con el fin de recabar los puntos de vista de investigadores y expertos con conocimientos particulares en los ámbitos pertinentes (como el Derecho público y constitucional, la libertad de los medios de comunicación o el mercado interior), se organizó un taller específico con representantes del mundo académico, del ERGA y de la Comisión el 18 de febrero de 2022.

La idea de una propuesta legislativa, que regule al menos unos determinados ámbitos sustanciales, recibió apoyo de los ciudadanos y de la mayor parte de las partes interesadas, entre ellas la comunidad de defensa de la libertad de los medios de comunicación, las organizaciones de consumidores, los reguladores de los medios de comunicación y el ERGA, los radiodifusores públicos y privados, los distribuidores de contenidos y los participantes en el ecosistema de la publicidad. Estas partes interesadas han manifestado una preferencia clara por un enfoque basado en principios, frente a la inacción o al establecimiento de normas detalladas.

Las organizaciones no gubernamentales y los organismos de radiodifusión de servicio público apoyaron particularmente una actuación a escala de la Unión para introducir salvaguardias a la independencia editorial, incluida la de los medios de comunicación de servicio público, y recordaron al mismo tiempo la importancia del Protocolo de Ámsterdam. Los organismos de radiodifusión públicos apoyaron en particular unas salvaguardias de la integridad editorial en línea y orientaciones sobre la adecuada prominencia de los servicios de medios de comunicación audiovisual de interés general.

Los organismos de radiodifusión privados se mostraron especialmente a favor de principios comunes para unas medidas de pluralismo de los medios de comunicación y para la transparencia, objetividad y verificabilidad en las mediciones de la audiencia. En este último aspecto coincidían con los editores y con los participantes en el ecosistema de la publicidad. Los editores, que tradicionalmente no han estado regulados, expresaron una preferencia general por la autorregulación o por una recomendación. No obstante, apoyaron medidas a escala de la UE en lo que respecta tanto a la protección de las fuentes periodísticas como a la publicidad estatal. Los ciudadanos se mostraron muy de acuerdo con la necesidad de transparencia y equidad en la asignación de publicidad estatal. Los organismos de radiodifusión y los editores pidieron una regulación eficaz de las plataformas en línea.

En lo que respecta a la gobernanza, en general es amplio el apoyo a la supervisión basada en el ERGA, pero las opiniones en cuanto a su posible estatuto futuro son divergentes. Los reguladores y la comunidad de defensa de la libertad de los medios de comunicación son favorables a reforzar el ERGA, mientras que las empresas y las asociaciones empresariales preferirían mantenerlo en su forma actual. Las autoridades públicas apoyaban en particular la cooperación normativa a escala de la UE para facilitar unos estándares comunes en materia de pluralismo de los medios de comunicación y el fortalecimiento del papel y los recursos del ERGA para una mayor coordinación dentro de la Unión.

- **Obtención y uso de asesoramiento especializado**

La Comisión ha recurrido a asesoramiento especializado de amplio alcance para la elaboración de la presente propuesta.

Además de la consulta pública y de las otras consultas con las partes interesadas que se describen anteriormente, la Comisión encargó dos estudios externos para garantizar un alto nivel de coherencia y la comparabilidad del análisis relativo a todos los posibles enfoques de actuación.

El Observatorio Audiovisual Europeo del Consejo de Europa también elaboró un informe especial sobre la gobernanza y la independencia de los medios de comunicación de servicio público⁴⁴. La publicación va acompañada de una panorámica exhaustiva de las principales salvaguardias de gobernanza para los medios de comunicación de servicio público en Europa.

Los informes sobre el Estado de Derecho de la Comisión, los informes anuales elaborados por el *Media Pluralism Monitor* y algunas encuestas del Eurobarómetro aportaron pruebas y análisis acerca de muchas cuestiones pertinentes. Esas fuentes se utilizaron para determinar los problemas, su magnitud en el mercado interior de los medios de comunicación y los factores que los impulsan. La Comisión también se ha basado en las Recomendaciones pertinentes del Consejo de Europa, con las que se mostraron de acuerdo todos los Estados miembros⁴⁵.

Finalmente, a fin de prestar un mayor apoyo al análisis basado en pruebas, la Comisión llevó a cabo una revisión de la jurisprudencia pertinente y un extenso examen de la doctrina, en la que se integran tanto la literatura académica como un amplio espectro de estudios e informes estratégicos, entre ellos los elaborados por ONG activas en el ámbito de la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación.

- **Evaluación de impacto**

En consonancia con su política de «legislar mejor», la Comisión sometió la presente propuesta a una evaluación de impacto que fue examinada por su Comité de Control Reglamentario (en lo sucesivo, «CCR»). El informe de la evaluación de impacto se presentó al CCR, en primera instancia, el 13 de mayo, y fue objeto de debate con el CCR en una audiencia celebrada el 8 de junio. Tras el dictamen negativo emitido el 10 de junio, se revisó el informe de forma sustancial y se presentó de nuevo al CCR el 11 de julio. El CCR emitió un dictamen positivo con reservas el 27 de julio. El informe de la evaluación de impacto fue revisado de nuevo tomando en consideración las sugerencias de mejora del CCR. Los dictámenes del CCR, los comentarios y una explicación de cómo se han tenido en cuenta figuran en el anexo 1 de la evaluación de impacto.

La Comisión examinó diferentes opciones de actuación para alcanzar el objetivo general de la propuesta, es decir, la mejora del funcionamiento del mercado interior de los medios de comunicación.

Se evaluaron tres opciones con distintos grados de intensidad reguladora:

- **Opción 1: recomendación sobre el pluralismo y la independencia de los medios de comunicación**, que alentaría a los Estados miembros y, en algunos ámbitos, también a las empresas del mercado de los medios de comunicación a aplicar una serie de acciones para promover el pluralismo de los medios de comunicación, la independencia editorial y la transparencia y la equidad en el mercado de los medios de comunicación.
- **Opción 2: propuesta legislativa y recomendación sobre la independencia de los medios de comunicación**, de las que la primera establecería normas comunes para el mercado interior de los servicios de medios de comunicación,

⁴⁴ F.J. Cabrera Blázquez, M. Cappello, J. Talavera Milla, S. Valais, *Gobernanza e independencia de los medios de comunicación de servicio público*, IRIS Plus, Observatorio Audiovisual Europeo, Estrasburgo, 2022; y ERGA, *Pluralidad interna de los medios de comunicación en los servicios de medios de comunicación audiovisual de la UE: normas y prácticas*, 2018.

⁴⁵ Véanse la Recomendación CM/Rec(2012)1 del Comité de Ministros a los Estados miembros sobre la gobernanza de los medios de comunicación de servicio público (adoptada por el Comité de Ministros de 15 de febrero de 2012 en la 1134.ª reunión de los Delegados de los Ministros) y la Recomendación CM/Rec(2018)1[1] del Comité de Ministros a los Estados miembros sobre el pluralismo de los medios de comunicación y la transparencia respecto de la titularidad de los medios de comunicación.

y la segunda alentaría a las empresas de medios de comunicación y a los Estados miembros a fomentar la independencia de los medios de comunicación y la transparencia.

- **Opción 3: propuesta legislativa reforzada** que añadiría a los elementos legislativos contemplados en la opción 2 nuevas obligaciones para las empresas del mercado de los medios de comunicación y los reguladores a fin de fomentar la disponibilidad de servicios de medios de comunicación de calidad y una asignación transparente y equitativa de los recursos económicos en el mercado de los medios de comunicación.

Se tomaron en consideración dos subopciones para la gobernanza del instrumento legislativo incluido en las opciones 2 y 3:

- Subopción A: un sistema de gobernanza basado en un comité apoyado por una secretaría perteneciente a la Comisión;
- Subopción B: un sistema de gobernanza basado en un comité asistido por una oficina independiente de la UE.

De acuerdo con la metodología consolidada de la Comisión, cada opción de actuación se evaluó en función de sus repercusiones económicas, sociales y en materia de derechos fundamentales. La opción preferida es la opción 2, subopción A. Esta opción cumplirá el objetivo general de la intervención de una manera eficiente, coherente, proporcionada y de gran eficacia.

En particular, el instrumento legislativo propuesto establecerá algunos principios y normas básicos para el mercado de los medios de comunicación y encomendará funciones importantes al Comité, en cuanto organismo colectivo de reguladores independientes de los medios de comunicación, entre ellas funciones consistentes en facilitar asesoramiento experto en lo que respecta a aspectos normativos, técnicos o prácticos de la regulación en materia de medios de comunicación, emitir dictámenes sobre concentraciones de mercado con probabilidad de afectar al funcionamiento del mercado interior y coordinar acciones relativas a los prestadores de servicios de medios de comunicación (incluidos los de terceros países) que no observen las normas de la UE en la materia. Será posible invocar los principios y las normas establecidos en el instrumento legislativo ante los órganos jurisdiccionales nacionales, y la Comisión podrá incoar procedimientos por infracción, por ejemplo en caso de problemas sistémicos. El elemento no vinculante del paquete de actuación, es decir, la Recomendación, sugerirá acciones voluntarias frente a dos problemas concretos: la salvaguardia de la independencia de los medios de comunicación y la transparencia en cuanto a la propiedad de los medios de comunicación. Este enfoque flexible y multidimensional aportará los beneficios deseados y, al mismo tiempo, optimizará los costes para los participantes en el mercado de los medios de comunicación y las autoridades públicas, teniendo en cuenta también el coste inferior de una secretaría de la Comisión frente al de una oficina de la UE.

Las repercusiones de las opciones de actuación sobre las diferentes categorías de partes interesadas se explican detalladamente en el anexo 3 de la evaluación de impacto.

• **Derechos fundamentales**

El reglamento propuesto, al reforzar la convergencia normativa en el mercado interior de los medios de comunicación, salvaguardar la independencia editorial en conjunción con la libertad empresarial de los prestadores de servicios de medios de comunicación, y aumentar la transparencia y la equidad en la asignación de los recursos económicos, facilitará la prestación de servicios de medios de comunicación independientes y de calidad a través de las fronteras,

y de esta forma promoverá la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación. El papel clave en el nuevo marco del Comité, totalmente independiente de los gobiernos y de cualquier otra entidad pública o privada, contribuirá a una defensa eficaz e imparcial de la libertad de expresión en toda la UE, protegida en virtud del artículo 11 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (en lo sucesivo, «la Carta»), que se corresponde con el artículo 10 del Convenio Europeo de Derechos Humanos.

El reglamento propuesto también tendrá un efecto positivo sobre la libertad de empresa (artículo 16 de la Carta), al eliminar los obstáculos a la libertad de proveer servicios y limitar los riesgos de determinados participantes en el mercado de los medios de comunicación sujetos a un trato discriminatorio.

4. REPERCUSIONES PRESUPUESTARIAS

Los efectos presupuestarios de la propuesta para el presente reglamento se cubrirán mediante las asignaciones previstas en el marco financiero plurianual 2021-2027 para el programa Europa Creativa, detalladas en la ficha de financiación legislativa que acompaña a la presente propuesta.

5. OTROS ELEMENTOS

- **Planes de ejecución y modalidades de seguimiento, evaluación e información**

La Comisión establecerá un marco exhaustivo para el seguimiento continuo de los productos, los resultados y las repercusiones del presente instrumento legislativo. En él se integra, en particular, un nuevo mecanismo de seguimiento independiente destinado a detectar y evaluar los riesgos para el funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación. Se prevé efectuar una evaluación del instrumento y presentar un informe al Parlamento Europeo, al Consejo y al Comité Económico y Social en un plazo de cuatro años a partir de la entrada en vigor y, posteriormente, cada cuatro años.

- **Explicación detallada de las disposiciones específicas de la propuesta**

El capítulo I establece el objeto y el ámbito de aplicación del Reglamento y las definiciones de los términos clave utilizados en él. En particular, establece que el capítulo II y el capítulo III, sección 5, del Reglamento constituyen disposiciones mínimas de armonización.

El capítulo II enumera los derechos de los destinatarios de servicios de medios de comunicación y de los prestadores de servicios de medios de comunicación en el mercado interior. También establece salvaguardias para el funcionamiento independiente de los medios de comunicación de servicio público y las obligaciones de los prestadores de servicios de medios de comunicación en el mercado interior.

El capítulo III establece un marco para la cooperación normativa y un mercado de servicios de medios de comunicación que funcione bien.

La sección 1 contempla que las autoridades u organismos reguladores nacionales independientes de los Estados miembros que están encargados de la puesta en ejecución de la Directiva sobre Servicios de Comunicación Audiovisual sean los responsables de la aplicación de ese capítulo y les concede las competencias adecuadas de investigación para llevar a cabo sus funciones.

La sección 2 establece el Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación, organismo colectivo de reguladores independientes de los medios de comunicación, que sustituye y sucede al Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA). Establece los requisitos para la independencia del

Comité y especifica su estructura. El Comité recibirá apoyo administrativo y organizativo, necesario para llevar a cabo sus tareas, de una secretaría facilitada por la Comisión. El capítulo enumera las funciones del Comité con arreglo al Reglamento.

La sección 3 establece normas y procedimientos para la cooperación y la convergencia normativas en el mercado interior de los medios de comunicación, que incluyen un mecanismo de cooperación estructurada, solicitudes de medidas de ejecución, orientaciones sobre cuestiones relativas a la regulación de los medios de comunicación y la coordinación de las medidas relativas a los servicios de medios de comunicación de terceros países. Las disposiciones tienen por objeto garantizar una cooperación más estrecha entre las autoridades y organismos reguladores nacionales en diferentes ámbitos relacionados con la regulación de los medios de comunicación.

La sección 4 aborda cuestiones específicas relativas a la prestación de servicios de medios de comunicación en un entorno digital. Con respecto a la prestación de servicios de medios de comunicación en plataformas en línea de muy gran tamaño, se toma en cuenta la legislación horizontal vigente al prever salvaguardias adicionales para la integridad editorial de los contenidos facilitados en línea por prestadores de servicios de medios de comunicación que se adhieran a determinados estándares de regulación o autorregulación, y se establece un diálogo estructurado entre las plataformas en línea de muy gran tamaño y sus contrapartes pertinentes en el ecosistema de los medios de comunicación. Esa sección también contempla el derecho a la personalización de la oferta de medios de comunicación audiovisual en dispositivos o interfaces de usuario que controlen el acceso a servicios de medios de comunicación audiovisual y la correspondiente obligación de los fabricantes y los desarrolladores de habilitar técnicamente esa personalización.

La sección 5 establece un marco jurídico para las medidas nacionales que afectan al funcionamiento de los prestadores de servicios de medios de comunicación y fija requisitos de normas y procedimientos nacionales relacionados con la evaluación de los efectos de las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación sobre el pluralismo de los medios y la independencia editorial. Se encomendará al Comité la función de adoptar una posición en los casos en que pueda verse afectado el funcionamiento del mercado interior.

La sección 6 establece requisitos aplicables a los sistemas y métodos de medición de la audiencia empleados por los participantes pertinentes en el mercado. Las normas van acompañadas por un incentivo a la elaboración de códigos de conducta y al fomento del intercambio de buenas prácticas. La sección 6 también prevé requisitos comunes sobre la asignación de gastos de publicidad estatal a los prestadores de servicios de medios de comunicación, sin afectar a las normas sobre contratación pública ni a las normas sobre las ayudas estatales.

El capítulo IV establece las disposiciones finales, en particular en lo que se refiere al seguimiento, la evaluación y la información. El Reglamento incluye un mecanismo orientado a que la Comisión controle regularmente los riesgos para el funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación, en consulta con el Comité. El capítulo también deroga el artículo correspondiente de la Directiva sobre Servicios de Comunicación Audiovisual y especifica el momento de la entrada en vigor y del comienzo de la aplicación del Reglamento.

Propuesta de

REGLAMENTO DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO

por el que se establece un marco común para los servicios de medios de comunicación en el mercado interior (Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación) y se modifica la Directiva 2010/13/UE

(Texto pertinente a efectos del EEE)

EL PARLAMENTO EUROPEO Y EL CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA,

Visto el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, y en particular su artículo 114,

Vista la propuesta de la Comisión Europea,

Previa transmisión del proyecto de acto legislativo a los parlamentos nacionales,

Visto el dictamen del Comité Económico y Social Europeo,

Visto el dictamen del Comité de las Regiones,

De conformidad con el procedimiento legislativo ordinario,

Considerando lo siguiente:

- (1) Los servicios de medios de comunicación independientes desempeñan un papel único en el mercado interior. Representan un sector de reseñable importancia económica y en rápida evolución, y al mismo tiempo facilitan acceso a una pluralidad de puntos de vista y a fuentes fiables de información tanto para los ciudadanos como para las empresas, cumpliendo con ello la función de interés general de «guardianes públicos». Los servicios de medios de comunicación son, cada vez en mayor medida, accesibles en línea y a través de las fronteras, pero pese a ello no están sujetos a las mismas normas ni al mismo nivel de protección en los diferentes Estados miembros.
- (2) Dado su papel incomparable, la protección de la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación es una característica esencial de un mercado interior de los servicios de medios de comunicación (o «mercado interior de los medios de comunicación») que funcione bien. Este mercado ha cambiado de manera sustancial desde el comienzo del nuevo siglo, y se ha ido haciendo cada vez más digital y más internacional. Ofrece muchas oportunidades económicas, pero también se enfrenta a gran cantidad de problemas. La Unión debe ayudar al sector de los medios de comunicación a aprovechar esas oportunidades dentro del mercado interior, protegiendo al mismo tiempo los valores, como la protección de los derechos fundamentales, que son comunes a la Unión y a sus Estados miembros.
- (3) En el espacio de los medios digitales, los ciudadanos y las empresas acceden y consumen contenidos mediáticos que están disponibles inmediatamente en sus dispositivos personales, en un entorno cada vez en mayor medida transfronterizo. Las plataformas en línea de alcance mundial actúan como puertas de entrada al contenido

de los medios de comunicación, con modelos de negocio que tienden a eliminar la intermediación para el acceso a los servicios de medios de comunicación y a amplificar los contenidos polarizadores y la desinformación. Estas plataformas son también proveedores esenciales de publicidad en línea, lo que ha desviado los recursos financieros del sector de los medios de comunicación, afectando a su sostenibilidad financiera y, como consecuencia, a la diversidad del contenido que se ofrece. Dado que los servicios de medios de comunicación son intensivos tanto en conocimiento como en capital, deben tener una determinada magnitud para seguir siendo competitivos y para prosperar en el mercado interior. A esos efectos, la posibilidad de ofrecer servicios a través de las fronteras y obtener inversiones, incluidas las de otros Estados miembros, reviste una particular importancia.

- (4) No obstante, el mercado interior de los servicios de medios de comunicación no está suficientemente integrado. Una serie de restricciones nacionales obstaculiza la libre circulación dentro del mercado interior. En particular, las diferentes normas y enfoques nacionales en relación con el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial, la insuficiente cooperación entre las autoridades u organismos reguladores nacionales y la opacidad y falta de equidad en la asignación de los recursos económicos públicos o privados dificulta que los participantes en el mercado de los medios de comunicación funcionen o se expandan a través de las fronteras y conduce a unas condiciones de competencia no equitativas en la Unión. La integridad del mercado interior de los servicios de medios de comunicación también puede ser puesta en peligro por prestadores que se dedican sistemáticamente a la desinformación, incluida la manipulación de la información y las injerencias, y que abusan de las libertades del mercado interior, por ejemplo aquellos prestadores de servicios de medios de comunicación de carácter estatal financiados por determinados terceros países.
- (5) Además, en respuesta a los retos que acechan al pluralismo y la libertad de los medios de comunicación en el entorno en línea, algunos Estados miembros han adoptado medidas normativas y es probable que otros Estados miembros más lo hagan, con el consiguiente riesgo de ensanchar las divergencias en los enfoques nacionales y las restricciones a la libre circulación en el mercado interior.
- (6) Los destinatarios de servicios de medios de comunicación en la Unión (personas físicas que son nacionales de Estados miembros o que se benefician de los derechos que les confiere el Derecho de la Unión, y personas jurídicas establecidas en la Unión) han de poder disfrutar de manera efectiva de la libertad de recibir servicios de medios de comunicación libres y plurales en el mercado interior. Al fomentar el flujo transfronterizo de los servicios de medios de comunicación, debe garantizarse en el mercado interior un nivel mínimo de protección de los destinatarios de esos servicios. De ese modo se respetaría el derecho de recibir y comunicar información en virtud del artículo 11 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (en lo sucesivo, «la Carta»). Es por ello necesario armonizar determinados aspectos de las normas nacionales relacionadas con los servicios de medios de comunicación. En el informe final de la Conferencia sobre el Futuro de Europa, los ciudadanos pidieron a la UE que profundizara en la promoción de la independencia y el pluralismo de los medios de comunicación, en particular adoptando legislación que abordase las

amenazas a la independencia de los medios de comunicación por medio de normas mínimas a escala de la UE⁴⁶.

- (7) A los efectos del presente Reglamento, la definición de un servicio de medios de comunicación debe limitarse a los servicios definidos por el Tratado y, por tanto, debe abarcar cualquier forma de actividad económica. La definición debe excluir los contenidos generados por los usuarios y cargados en una plataforma en línea, salvo que constituyan una actividad profesional prestada normalmente a título oneroso (ya se trate de una compensación económica o de otro tipo). También deben excluirse la correspondencia puramente privada, como los correos electrónicos, así como todos los servicios que no tengan la prestación de programas audiovisuales o de audio o publicaciones de prensa como propósito principal, es decir, en los que el contenido sea puramente accesorio al servicio y no su propósito principal, como la publicidad o la información relacionadas con un producto o servicio prestados por sitios web que no ofrezcan servicios de medios de comunicación. La definición de un servicio de medios de comunicación debe incluir, en particular, las emisiones de televisión o de radio, los servicios de medios de comunicación audiovisuales a la carta, los pódcast de audio o las publicaciones de prensa. La comunicación empresarial y la distribución de materiales informativos o promocionales para entidades públicas o privadas debe excluirse del ámbito de esta definición.
- (8) En el mercado de medios de comunicación digitalizado, los proveedores de plataformas de intercambio de vídeos o de plataformas en línea de muy gran tamaño deben entrar en la definición de prestador de servicios de medios de comunicación. En general, estos prestadores desempeñan un papel esencial en la organización de contenidos, incluida la que se produce mediante medios automáticos o algoritmos, pero no ejercen la responsabilidad editorial sobre los contenidos a los que facilitan acceso. No obstante, en un entorno mediático crecientemente convergente, algunos proveedores de plataformas de intercambio de vídeos o plataformas en línea de muy gran tamaño han comenzado a ejercer control editorial sobre una o varias secciones de sus servicios. Por tanto, una entidad de ese tipo podría tener la calificación tanto de proveedor de plataforma de intercambio de vídeos, o proveedor de plataforma en línea de muy gran tamaño, como de prestador de servicios de medios de comunicación.
- (9) La definición de medición de la audiencia debe abarcar los sistemas de medición desarrollados según lo acordado por los estándares del sector en el seno de organizaciones de autorregulación, como los Comités Mixtos Sectoriales, y los sistemas de medición desarrollados fuera de esos enfoques de autorregulación. Los últimos tienden a ser utilizados por determinados participantes en línea que se miden a sí mismos o facilitan sus propios sistemas de medición de la audiencia al mercado, los cuales no necesariamente se ajustan a los estándares acordados de manera común por el sector. Dados los importantes efectos que esos sistemas de medición de la audiencia tienen en los mercados de la publicidad y de los medios de comunicación, el presente Reglamento debe regularlos.
- (10) La publicidad estatal debe entenderse en sentido amplio, como la que cubre actividades de promoción o autopromoción llevadas a cabo por, para o en nombre de una amplia gama de autoridades o entidades públicas, entre las que están los gobiernos, las autoridades u organismos reguladores y las empresas de propiedad

⁴⁶ Conferencia sobre el Futuro de Europa. Informe sobre el resultado final, mayo de 2022, en particular las propuestas 27, apartado 1, y 37, apartado 4.

estatal o bajo el control estatal en diferentes sectores, a escala nacional o regional, o los gobiernos locales de entidades territoriales que superen el millón de habitantes. No obstante, la definición de publicidad estatal no debe incluir los mensajes de emergencia de las autoridades públicas cuando sean necesarios, por ejemplo en casos de catástrofe natural o sanitaria, accidente u otros incidentes repentinos que puedan causar daños a los individuos.

- (11) Para garantizar que la sociedad aprovecha los frutos del mercado interior de los medios de comunicación, es esencial garantizar no solo las libertades fundamentales reconocidas por el Tratado, sino también la seguridad jurídica que los destinatarios de los servicios de medios de comunicación necesitan para el disfrute de los beneficios correspondientes. Dichos destinatarios deben tener acceso a servicios de medios de comunicación de calidad, que hayan sido creados por periodistas y editores de manera independiente y en consonancia con los estándares periodísticos y que, por ende, faciliten información fiable, incluidas las noticias y los contenidos relativos a asuntos de actualidad. Ese derecho no implica, para ningún prestador de servicios de medios de comunicación determinado, ninguna obligación correspondiente de adherirse a estándares no establecidos de manera explícita por ley. Dichos servicios de medios de comunicación de calidad son también un antídoto contra la desinformación, incluida la que proviene de la manipulación informativa y la injerencia por parte de agentes extranjeros.
- (12) El presente Reglamento no afecta a la libertad de expresión garantizada a las personas físicas en virtud de la Carta. El Tribunal Europeo de Derechos Humanos ha señalado que, en un sector tan sensible como el de los medios de comunicación, además de su deber negativo de no injerencia, los poderes públicos tienen la obligación positiva de establecer un marco legislativo y administrativo adecuado que garantice un pluralismo efectivo⁴⁷.
- (13) El libre flujo de información fiable es esencial para un mercado interior de los servicios de medios de comunicación que funcione bien. Por tanto, la prestación de servicios de medios de comunicación no debe estar sujeta a ninguna restricción contraria al presente Reglamento o a otras normas del Derecho de la Unión, como la Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo⁴⁸ que establece las medidas necesarias para proteger a los usuarios de los contenidos ilícitos y nocivos. Las restricciones también podrían derivarse de medidas aplicadas por las autoridades públicas nacionales en cumplimiento del Derecho de la Unión.
- (14) La protección de la independencia editorial es una condición previa para el ejercicio de la actividad de los prestadores de servicios de medios de comunicación y su integridad profesional. La independencia editorial es especialmente importante para los prestadores de servicios de medios de comunicación que ofrecen contenidos informativos y sobre asuntos de actualidad, dado el papel social de estos como bien público. Los prestadores de servicios de medios de comunicación deben poder ejercer sus actividades económicas libremente en el mercado interior y competir en pie de igualdad en un entorno con un creciente carácter en línea en el que la información fluye a través de las fronteras.

⁴⁷ Centro Europa 7 S.R.L. y Di Stefano v. Italy [GC], n.º 38433/09, § 134, TEDH 2012.

⁴⁸ 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 (Directiva de servicios de comunicación audiovisual) (DO L 95 de 15.4.2010, p. 1).

- (15) Los Estados miembros han adoptado diferentes enfoques con respecto a la protección de la independencia editorial, que cada vez se cuestiona más en toda la Unión. En particular, existe un grado creciente de injerencia en las decisiones editoriales de los prestadores de servicios de medios de comunicación en varios Estados miembros. Dicha injerencia puede ser directa o indirecta, del Estado o de otros agentes, incluidas las autoridades públicas, los cargos electos, los funcionarios gubernamentales y los políticos, por ejemplo para obtener una ventaja política. Los accionistas y otras partes privadas con intereses en prestadores de servicios de medios de comunicación pueden actuar de maneras que rompan el necesario equilibrio entre su propia libertad empresarial y la libertad de expresión, por un lado, y la libertad de expresión editorial y los derechos de información de los usuarios, por otro, al perseguir una ventaja económica o de otro tipo. Además, las tendencias recientes en la distribución y el consumo de medios de comunicación, incluido, en particular, el entorno en línea, han impulsado a los Estados miembros a tomar en consideración normas para regular la provisión de contenidos de medios de comunicación. Los enfoques adoptados por los prestadores de servicios de medios de comunicación para garantizar la independencia editorial son también variados. Como consecuencia de las citadas injerencias y la fragmentación de la regulación y los enfoques, las condiciones para el ejercicio de actividades económicas por parte de los prestadores de servicios de medios de comunicación y, en última instancia, la calidad de los servicios de medios de comunicación recibidos por los ciudadanos y las empresas queda afectada negativamente en el mercado interior. Por tanto, es necesario poner en marcha salvaguardias eficaces que permitan el ejercicio de la libertad editorial en toda la Unión, de modo que los prestadores de servicios de medios de comunicación puedan producir y distribuir de forma independiente sus contenidos a través de las fronteras y los destinatarios de los servicios puedan recibir esos contenidos.
- (16) Los periodistas y los editores son los actores principales en la producción y prestación de contenidos fiables de medios de comunicación, en particular informando sobre noticias o asuntos de actualidad. Es esencial, por tanto, proteger la capacidad de los periodistas para recopilar, verificar y analizar información, incluida la información facilitada de forma confidencial. En particular, los prestadores de servicios de medios de comunicación y los periodistas (incluidos los que ejercen su actividad en tipos de empleo atípicos, como los profesionales independientes) deben poder contar con una protección sólida de las fuentes y las comunicaciones periodísticas, incluida la protección contra el uso de tecnologías de vigilancia, puesto que sin esa protección se podría disuadir a las fuentes de asistir a los medios de comunicación en la información al público acerca de asuntos de interés general. Como consecuencia, la libertad de los periodistas de ejercer su actividad económica y cumplir su papel vital de «guardianes públicos» podría verse menoscabada, lo que repercutiría negativamente en el acceso a los servicios de medios de comunicación de calidad. La protección de las fuentes periodísticas contribuye a la protección del derecho fundamental consagrado en el artículo 11 de la Carta.
- (17) Actualmente, la protección de las fuentes periodísticas se encuentra regulada de manera heterogénea en los Estados miembros. Varios Estados miembros ofrecen una protección absoluta contra la coerción a los periodistas para que divulguen información que revele sus fuentes en procesos penales y administrativos. Otros Estados miembros ofrecen una protección cualificada, limitada a los procesos judiciales por determinados cargos penales, mientras que un tercer grupo ofrece protección en forma de principio general. Esta situación genera fragmentación en el mercado interior de los medios de comunicación. Como resultado, los periodistas, que

cada vez en mayor medida trabajan en proyectos transfronterizos y prestan sus servicios a audiencias transfronterizas, y, por extensión, los prestadores de servicios de medios de comunicación tienen grandes probabilidades de enfrentarse a barreras, inseguridad jurídica y condiciones desequilibradas en lo que respecta a la competencia. Por tanto, la protección de las fuentes y las comunicaciones periodísticas necesita de armonización y mayor refuerzo a escala de la Unión.

- (18) Los medios de comunicación de servicio público creados por los Estados miembros desempeñan un papel particular en el mercado interior de los medios de comunicación, ya que garantizan que los ciudadanos y las empresas tengan acceso a información de calidad y a una cobertura mediática imparcial, como parte de su misión. No obstante, los medios de comunicación de servicio público pueden estar particularmente expuestos al riesgo de injerencia, dada su proximidad institucional al Estado y la financiación pública que reciben. Ese riesgo puede verse agravado por unas salvaguardias desiguales en relación con la gobernanza independiente y la cobertura equilibrada por parte de los medios de comunicación de servicio público en toda la Unión. Esa situación puede dar lugar a una cobertura mediática sesgada o parcial, falsear la competencia en el mercado interior de los medios de comunicación y afectar negativamente al acceso a servicios de medios de comunicación independientes e imparciales. En consecuencia, es necesario, partiendo de los estándares internacionales elaborados por el Consejo de Europa a este respecto, poner en marcha salvaguardias jurídicas para el funcionamiento independiente de los medios de comunicación de servicio público en toda la Unión. También es necesario garantizar que, sin perjuicio de la aplicación de las normas sobre ayudas estatales de la Unión, los prestadores de medios de comunicación de servicio público se beneficien de una financiación suficiente y estable para cumplir su misión, de forma que sea posible la predictibilidad en su planificación. Es preferible que esa financiación se decida y adecúe sobre una base plurianual, en consonancia con la misión de servicio público de los prestadores de servicios de medios de comunicación, a fin de evitar la posible influencia indebida que puede derivarse de las negociaciones presupuestarias anuales. Los requisitos fijados en el presente Reglamento no afectan a las competencias de los Estados miembros para facilitar la financiación de los medios de servicio público consagrada en el Protocolo n.º 29 sobre el sistema de radiodifusión pública de los Estados miembros, anejo al Tratado de la Unión Europea y el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.
- (19) Es crucial que los destinatarios de servicios de medios de comunicación sepan con certeza a quién pertenecen los medios de comunicación especializados en noticias y quién está detrás de ellos, de modo que puedan detectar y entender posibles conflictos de intereses, lo cual es un requisito necesario para formarse opiniones bien fundadas y, como consecuencia, para participar activamente en una democracia. Esa transparencia es asimismo un instrumento eficaz para limitar los riesgos de injerencia con la independencia editorial. Por ello, es menester introducir requisitos comunes de información para todos los prestadores pertinentes de servicios de medios de comunicación de la Unión, entre los que debe haber requisitos proporcionados de divulgación de información sobre la propiedad. En este contexto, las medidas adoptadas por los Estados miembros en virtud del artículo 30, apartado 9, de la Directiva (UE) 2015/849⁴⁹ no deben verse afectadas. Los prestadores correspondientes

⁴⁹ Directiva (UE) 2015/849 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo de 2015, relativa a la prevención de la utilización del sistema financiero para el blanqueo de capitales y para la financiación del terrorismo, y por la que se modifica el Reglamento

deben divulgar la información requerida en sus sitios web o por cualquier otro medio al que se pueda acceder de manera fácil y directa.

- (20) La integridad de los medios de comunicación también exige un enfoque proactivo para promover la independencia editorial de las empresas de medios de comunicación especializados en noticias, en particular a través de salvaguardias internas. Los prestadores de servicios de medios de comunicación deben adoptar medidas proporcionadas para garantizar, una vez que la línea editorial general ha sido objeto de acuerdo entre los propietarios y los editores, la libertad de los editores para tomar decisiones individuales en el curso de su actividad profesional. El objetivo de la protección de los editores de las injerencias indebidas en sus decisiones acerca de contenidos concretos que forman parte de su trabajo diario contribuye a garantizar tanto unas condiciones equitativas de competencia en el mercado interior de servicios de medios de comunicación como la calidad de dichos servicios. El objetivo es también conforme al derecho fundamental de recibir y comunicar información recogido en el artículo 11 de la Carta. En vista de estas consideraciones, los prestadores de servicios de medios de comunicación también deben garantizar la transparencia de los conflictos de intereses reales o posibles para con los destinatarios de sus servicios.
- (21) A fin de reducir las cargas normativas, las microempresas en el sentido del artículo 3 de la Directiva 2013/34/UE del Parlamento Europeo y del Consejo⁵⁰ deben estar exentas de los requisitos relativos a la información y las salvaguardias internas con vistas a garantizar la independencia de las decisiones editoriales concretas. Además, los prestadores de servicios de medios de comunicación deben ser libres de adaptar las salvaguardias internas a sus necesidades, en particular si se trata de pequeñas y medianas empresas en el sentido del artículo citado. La Recomendación que acompaña al presente Reglamento⁵¹ facilita un catálogo de salvaguardias internas voluntarias que pueden adoptarse dentro de las empresas de medios de comunicación a este respecto. No debe interpretarse el presente Reglamento en el sentido de que prive a los propietarios de prestadores de servicios de medios de comunicación privados de sus prerrogativas de fijación de objetivos estratégicos o generales y de fomento del crecimiento y la viabilidad financiera de sus empresas. A ese respecto, el presente Reglamento reconoce que el objetivo de fomentar la independencia editorial necesita reconciliarse con los derechos e intereses legítimos de los propietarios de medios de comunicación privados.
- (22) Las autoridades u organismos reguladores nacionales independientes son fundamentales para una correcta aplicación de la normativa sobre medios de comunicación en toda la Unión. Las autoridades u organismos reguladores nacionales a que se refiere el artículo 30 de la Directiva 2010/13/UE están en la mejor posición para garantizar la aplicación correcta de los requisitos relacionados con la cooperación normativa y un mercado de servicios de medios de comunicación que funcione bien, según lo contemplado en el capítulo III del presente Reglamento. Con el fin de garantizar una aplicación coherente del presente Reglamento y de otras normas de la

(UE) n.º 648/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, y se derogan la Directiva 2005/60/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y la Directiva 2006/70/CE de la Comisión (DO L 141 de 5.6.2015, p. 73).

⁵⁰ Directiva 2013/34/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de junio de 2013, sobre los estados financieros anuales, los estados financieros consolidados y otros informes afines de ciertos tipos de empresas, por la que se modifica la Directiva 2006/43/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan las Directivas 78/660/CEE y 83/349/CEE del Consejo (DO L 182 de 29.6.2013, p. 19).

⁵¹ DO C... de ..., p. .

Unión en materia de medios de comunicación, es necesario establecer un organismo consultivo independiente a escala de la Unión que reúna a dichas autoridades u organismos y coordine su actuación. El Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA), establecido por la Directiva 2010/13/UE, ha desempeñado un papel esencial en la promoción de la aplicación coherente de dicha Directiva. El Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación (en lo sucesivo, «el Comité») debe, por tanto, continuar el trabajo llevado a cabo por el ERGA y sustituirlo. Para ello es necesario modificar de forma específica la Directiva 2010/13/UE suprimiendo su artículo 30 *ter*, por el que se establece el ERGA, y sustituyendo, en consecuencia, las referencias al ERGA y a sus funciones. La modificación de la Directiva 2010/13/UE por medio del presente Reglamento está justificada en este caso y se limita a una disposición que los Estados miembros no han de transponer y cuyos destinatarios son las instituciones de la Unión.

- (23) El Comité debe reunir a representantes de peso de las autoridades u organismos reguladores nacionales a que se refiere el artículo 30 de la Directiva 2010/13/UE, designados por dichas autoridades u organismos. En los casos en que los Estados miembros cuenten con varias autoridades u organismos reguladores pertinentes, incluidos los de nivel regional, debe elegirse un representante común a través de procedimientos adecuados y el derecho de voto debe seguir limitado a un representante por Estado miembro. Esto no debe afectar a la posibilidad de que las demás autoridades u organismos reguladores nacionales participen, según proceda, en las reuniones del Comité. El Comité también debe tener la posibilidad de invitar a sus reuniones, previo acuerdo con la Comisión, a expertos y observadores, incluidos, en particular, las autoridades u organismos reguladores de los países candidatos, candidatos potenciales, países del EEE o delegados *ad hoc* de otras autoridades nacionales competentes. Debido a la naturaleza sensible del sector de los medios de comunicación y partiendo de la práctica de las decisiones del ERGA de conformidad con su reglamento interno, el Comité debe adoptar sus decisiones por mayoría de dos tercios de los votos.
- (24) Sin perjuicio de las competencias que los Tratados confieren a la Comisión, es esencial que la Comisión y el Comité trabajen y cooperen estrechamente. En particular, el Comité debe apoyar activamente a la Comisión en sus funciones de garantizar la aplicación coherente del presente Reglamento y de las normas nacionales de ejecución de la Directiva 2010/13/UE. A esos efectos, el Comité debe, en particular, asesorar y asistir a la Comisión sobre los aspectos normativos, técnicos o prácticos pertinentes para la aplicación del Derecho de la Unión, promover la cooperación y el intercambio efectivo de información, experiencia y mejores prácticas, y redactar dictámenes de acuerdo con la Comisión o a petición de esta en los casos previstos por el presente Reglamento. Para cumplir sus funciones de forma eficaz, el Comité debe poder apoyarse en el conocimiento especializado y los recursos humanos de una secretaría facilitada por la Comisión. La secretaría de la Comisión debe prestar apoyo administrativo y organizativo al Comité y ayudarlo en el cumplimiento de sus funciones.
- (25) La cooperación normativa entre autoridades u organismos reguladores independientes en materia de medios de comunicación es esencial para lograr que el mercado interior de los servicios de medios de comunicación funcione correctamente. No obstante, la Directiva 2010/13/UE no establece un marco de cooperación estructurado para las autoridades u organismos reguladores nacionales. Desde la revisión del marco de la UE para los servicios de comunicación audiovisual por medio de la Directiva

2018/1808/UE del Parlamento Europeo y del Consejo⁵², que amplió su ámbito de aplicación a las plataformas de intercambio de vídeos, la necesidad de cooperación estrecha entre las autoridades u organismos reguladores nacionales ha ido en constante aumento, en particular en cuanto a la resolución de casos de carácter transfronterizo. Esa necesidad también se justifica por los nuevos retos que afectan al entorno de los medios de comunicación de la UE y que el presente Reglamento tiene por objeto abordar, en particular encomendando nuevas funciones a las autoridades u organismos reguladores nacionales.

- (26) Para garantizar la aplicación efectiva del Derecho de la Unión en materia de medios de comunicación, evitar la posible elusión de las normas aplicables en la materia por parte de prestadores deshonestos de servicios de medios de comunicación y prevenir la aparición de nuevas barreras en el mercado interior de los servicios de medios de comunicación, resulta esencial establecer un marco claro y jurídicamente vinculante para que las autoridades u organismos reguladores nacionales cooperen de manera eficaz y eficiente.
- (27) Debido a la naturaleza paneuropea de las plataformas de intercambio de vídeos, las autoridades u organismos reguladores nacionales necesitan contar con una herramienta específica para proteger a los espectadores de los servicios de plataforma de intercambio de vídeos de determinados contenidos ilícitos y nocivos, también cuando se trate de comunicaciones comerciales. En particular, es necesario un mecanismo que permita a cualquier autoridad u organismo regulador nacional pertinente solicitar a sus homólogas la adopción de medidas necesarias y proporcionadas para garantizar el cumplimiento de las obligaciones que el artículo correspondiente impone a los proveedores de plataforma de intercambio de vídeos. En caso de que el uso de dicho mecanismo no conduzca a una solución amistosa, la libertad de facilitar servicios de la sociedad de información desde otro Estado miembro solo puede restringirse si se cumplen las condiciones previstas en el artículo 3 de la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo⁵³ y se sigue el procedimiento en él establecido.
- (28) Es esencial garantizar una práctica reguladora coherente en lo que respecta al presente Reglamento y a la Directiva 2010/13/UE. A estos efectos, y con objeto de contribuir a garantizar la convergencia en la aplicación del Derecho de la UE en materia de medios de comunicación, la Comisión podrá publicar, cuando sea necesario, orientaciones sobre asuntos tratados tanto por el presente Reglamento como por la Directiva 2010/13/UE. Cuando decida publicar orientaciones, la Comisión debe tomar en consideración, en particular, las cuestiones de regulación que afecten a un número significativo de Estados miembros o aquellas en que concurra un elemento transfronterizo. Es el caso, en particular, de las medidas nacionales adoptadas con arreglo al artículo 7 *bis* de la Directiva 2010/13/UE sobre la adecuada prominencia de los servicios de medios de comunicación audiovisual de interés general. En vista de la abundante información y del creciente uso de medios digitales para acceder a los medios de comunicación, es importante garantizar la prominencia de los contenidos de interés general, a fin de ayudar a que se alcancen unas condiciones equitativas de

⁵² 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 (DO L 303 de 28.11.2018, p. 69).

⁵³ Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico) (DO L 178 de 17.7.2000, p. 1).

competencia en el mercado interior y a que se cumpla el derecho fundamental de recibir información, consagrado en el artículo 11 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea. Dadas las posibles repercusiones de las medidas nacionales adoptadas con arreglo al artículo 7 *bis* sobre el funcionamiento del mercado interior de los medios de comunicación, sería importante disponer de orientaciones de la Comisión para lograr la seguridad jurídica en este ámbito. También resultaría útil facilitar orientaciones sobre las medidas nacionales adoptadas con arreglo al artículo 5, apartado 2, de la Directiva 2010/13/UE con vistas a garantizar la disponibilidad pública de información accesible, exacta y actualizada en relación con la propiedad de los medios de comunicación. En el proceso de preparación de las orientaciones, la Comisión debe estar asistida por el Comité. El Comité debe, en particular, compartir con la Comisión sus conocimientos especializados de carácter normativo, técnico y práctico en relación con los ámbitos y temas tratados por las orientaciones respectivas.

- (29) A fin de garantizar unas condiciones equitativas de competencia en la prestación de servicios de medios de comunicación audiovisual de naturaleza diversa ante la evolución tecnológica en el mercado interior, es necesario definir prescripciones técnicas comunes para los dispositivos que controlan o gestionan el acceso a los servicios de medios de comunicación audiovisual y su uso, o que transmiten señales digitales que transportan los contenidos audiovisuales desde su origen hasta su destino. En este contexto, es importante evitar que la divergencia entre las normas técnicas genere barreras y costes adicionales para el sector y los consumidores, y al mismo tiempo fomentar soluciones que cumplan las obligaciones vigentes en lo que respecta a los servicios de medios de comunicación audiovisual.
- (30) Las autoridades u organismos reguladores a que se refiere el artículo 30 de la Directiva 2010/13/UE cuentan con una experiencia práctica concreta que les permite equilibrar de forma eficaz los intereses de los prestadores y los destinatarios de servicios de medios de comunicación a la vez que garantizan el respeto de la libertad de expresión. Esto resulta esencial, en particular, cuando se trata de proteger el mercado interior de las actividades de prestadores de servicios de medios de comunicación establecidos fuera de la Unión y que se dirigen a audiencias de la Unión cuando, por ejemplo en vista del control que sobre ellos pueden ejercer terceros países, puedan perjudicar o plantear un riesgo de perjudicar la seguridad pública y la defensa. A este respecto, la coordinación entre las autoridades u organismos reguladores nacionales para hacer frente de manera común a posibles amenazas contra la seguridad pública y la defensa que se deriven de esos servicios de medios de comunicación necesita reforzarse y dotarse de un marco jurídico que garantice la eficacia y la posible coordinación de las medidas nacionales adoptadas de conformidad con la legislación de la Unión en materia de medios de comunicación. Para garantizar que los servicios de medios de comunicación suspendidos en determinados Estados miembros con arreglo al artículo 3, apartados 3 y 5, de la Directiva 2010/13/UE no se siguen prestando vía satélite o por otros medios en esos Estados miembros, también debe existir un mecanismo de cooperación y asistencia mutua acelerada que garantice el efecto útil de las medidas nacionales pertinentes, de conformidad con el Derecho de la Unión. Además, es necesario coordinar las medidas nacionales que puedan adoptarse para contrarrestar las amenazas contra la seguridad pública y la defensa que planteen los servicios de medios de comunicación situados fuera de la Unión y que se dirigen a audiencias de la Unión, incluida la posibilidad de que el Comité, previo acuerdo con la Comisión, publique dictámenes sobre esas medidas, según proceda. A este respecto, los riesgos para la seguridad pública y la defensa han de evaluarse teniendo en cuenta todos los elementos de hecho y de derecho pertinentes, a escala nacional y europea. Esto se

entiende sin perjuicio de las competencias que confiere a la Unión el artículo 215 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.

- (31) Las plataformas en línea de muy gran tamaño actúan, para muchos usuarios, como puertas de acceso a los servicios de medios de comunicación. Los prestadores de servicios de medios de comunicación que ejercen la responsabilidad editorial sobre sus contenidos desempeñan un papel en la distribución de la información y en el ejercicio de la libertad de información en línea. En el ejercicio de esa responsabilidad editorial, se espera de ellos que actúen con diligencia y que la información que faciliten sea fiable y respete los derechos humanos, en consonancia con los requisitos de regulación o autorregulación a los que estén sujetos en los Estados miembros. Asimismo, en vista igualmente de la libertad de información de los usuarios, cuando los proveedores de plataformas en línea de muy gran tamaño consideren que los contenidos facilitados por esos prestadores de servicios de medios de comunicación son incompatibles con las condiciones que rigen sus plataformas, al mismo tiempo que no contribuyen a un riesgo sistémico según la definición del artículo 26 del Reglamento (UE) 2022/XXX [Ley de Servicios Digitales], deben tomar debidamente en consideración la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación, de conformidad con el Reglamento (UE) 2022/XXX [Ley de Servicios Digitales] y facilitar, lo más pronto posible, las explicaciones necesarias a los prestadores de servicios de medios de comunicación, en tanto que usuarios de su negocio, mediante la motivación contemplada en el Reglamento (UE) 2019/1150 del Parlamento Europeo y del Consejo⁵⁴. Para minimizar los efectos de cualquier restricción a esos contenidos sobre la libertad de información de los usuarios, las plataformas en línea de muy gran tamaño deben procurar presentar la motivación antes de que la restricción tenga efecto, sin perjuicio de las obligaciones que impone el Reglamento (UE) 2022/XXX [Ley de Servicios Digitales]. En particular, el presente Reglamento no debe impedir que un proveedor de una plataforma en línea de muy gran tamaño adopte medidas rápidas contra los contenidos ilegales difundidos a través de su servicio, o bien con objeto de reducir los riesgos sistémicos que plantee la difusión de determinados contenidos a través de su servicio, de conformidad con el Derecho de la Unión, en particular con el Reglamento (UE) 2022/XXX [Ley de Servicios Digitales].
- (32) Por consiguiente, en vista de los efectos positivos previstos sobre la libertad de prestar servicios y la libertad de expresión, resulta justificado que, cuando los prestadores de servicios de medios de comunicación se adhieran a determinados estándares de regulación o autorregulación, sus denuncias frente a decisiones de los proveedores de plataformas en línea de muy gran tamaño se tramiten de forma prioritaria y sin demora indebida.
- (33) Con ese fin, los proveedores de plataformas en línea de muy gran tamaño deben prever una funcionalidad en su interfaz en línea que permita a los prestadores de servicios de medios de comunicación declarar que cumplen determinados requisitos, al mismo tiempo que conservan la posibilidad de no aceptar dicha autodeclaración cuando consideren que dichas condiciones no se cumplen. Los proveedores de plataformas en línea de muy gran tamaño pueden tener en cuenta la información relativa a la adhesión a esos requisitos, como la norma de lectura mecánica de la Iniciativa de Periodismo de Confianza u otros códigos de conducta pertinentes. Las orientaciones de la Comisión pueden ser útiles para facilitar una aplicación eficaz de dicha funcionalidad, también

⁵⁴ Reglamento (UE) 2019/1150 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de junio de 2019, sobre el fomento de la equidad y la transparencia para los usuarios profesionales de servicios de intermediación en línea (DO L 186 de 11.7.2019, p. 57).

en lo relativo a las modalidades de participación de las organizaciones pertinentes de la sociedad civil en la revisión de esas declaraciones, previa consulta con los reguladores del país de establecimiento, cuando proceda, y para abordar cualquier posible abuso de la funcionalidad.

- (34) El presente Reglamento reconoce la importancia de los mecanismos de autorregulación en el contexto de la prestación de servicios de medios de comunicación en plataformas en línea de muy gran tamaño. Estos mecanismos representan un tipo de iniciativas voluntarias, por ejemplo en forma de códigos de conducta, que permiten a los prestadores de servicios de medios de comunicación o a sus representantes adoptar orientaciones comunes, en particular sobre estándares éticos, corrección de errores o gestión de denuncias, entre ellos mismos y para sí mismos. Una autorregulación sólida, inclusiva y ampliamente reconocida de los medios de comunicación representa una garantía eficaz de la calidad y el profesionalismo de los servicios de medios de comunicación y resulta clave para salvaguardar la integridad editorial.
- (35) Los proveedores de plataformas en línea de muy gran tamaño deben colaborar con los prestadores de servicios de medios de comunicación que respeten los estándares de credibilidad y transparencia y que consideren que, con frecuencia, las plataformas en línea de muy gran tamaño les imponen restricciones acerca de sus contenidos sin motivos suficientes, a fin de hallar una solución amistosa para poner fin a las restricciones injustificadas y evitarlas en el futuro. Los proveedores de plataformas en línea de muy gran tamaño deben participar en esos intercambios de buena fe, prestando particular atención a la salvaguardia de la libertad de los medios de comunicación y de la libertad de información.
- (36) Partiendo del valioso papel desempeñado por el ERGA en el seguimiento del cumplimiento del Código de Buenas Prácticas de la UE en materia de Desinformación por parte de sus firmantes, el Comité debe organizar un diálogo estructurado, con una periodicidad mínima anual, entre proveedores de plataformas en línea de muy gran tamaño, representantes de los prestadores de servicios de medios de comunicación y representantes de la sociedad civil, con el fin de fomentar el acceso a ofertas variadas de medios de comunicación independientes en las plataformas en línea de muy gran tamaño, debatir acerca de la experiencia y las buenas prácticas en lo que respecta a la aplicación de las disposiciones pertinentes del presente Reglamento y vigilar la adhesión a iniciativas de autorregulación tendentes a proteger a la sociedad de contenidos nocivos, incluidas las destinadas a luchar contra la desinformación. La Comisión puede, cuando proceda, examinar los informes relativos a los resultados de esos diálogos estructurados al evaluar los problemas sistémicos y emergentes en toda la Unión con arreglo al Reglamento (UE) 2022/XXX [Ley de Servicios Digitales] y pedir al Comité que le preste apoyo a esos efectos.
- (37) Los destinatarios de los servicios de medios audiovisuales deben poder escoger de forma efectiva los contenidos audiovisuales que quieren ver conforme a sus preferencias. Su libertad en este ámbito, no obstante, puede verse constreñida por las prácticas comerciales en el sector de los medios de comunicación, concretamente acuerdos para la priorización de contenidos entre fabricantes de dispositivos o proveedores de interfaces de usuario que controlen o gestionen el acceso a servicios de medios de comunicación audiovisual y su uso, como los televisores conectados, y prestadores de servicios de medios de comunicación. La determinación de prioridades puede aplicarse, por ejemplo, en la pantalla de inicio de un dispositivo, mediante menús contextuales del equipo o del programa informático, aplicaciones y áreas de

búsqueda, lo cual tiene repercusiones sobre el comportamiento de visualización de los destinatarios, dado que estos pueden verse indebidamente incentivados a escoger determinados medios de comunicación audiovisual frente a otros. Los destinatarios de servicios deben tener la posibilidad de cambiar, de una manera simple y fácil de usar, los ajustes por defecto de un dispositivo o interfaz de usuario que controle o gestione el acceso a servicios de medios de comunicación audiovisual y su uso, sin perjuicio de las medidas orientadas a garantizar la adecuada prominencia de los servicios de medios de comunicación audiovisual de interés general en aplicación del artículo 7 *bis* de la Directiva 2010/13/CE, adoptadas en aras de consideraciones legítimas de interés público.

- (38) La diversidad de medidas legislativas, reglamentarias y administrativas puede afectar negativamente a los prestadores de servicios de medios de comunicación audiovisual en el mercado interior. Entre dichas medidas se encuentran, por ejemplo, las normas que limitan la propiedad de empresas de medios de comunicación por parte de otras empresas con actividad en el sector de los medios de comunicación o en sectores no relacionados con este, así como las decisiones relativas a la concesión de licencias o autorizaciones o a las notificaciones previas de los prestadores de servicios de medios de comunicación. A fin de reducir los posibles efectos negativos sobre el funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación y reforzar la seguridad jurídica, es importante que esas medidas se ajusten a los principios de justificación objetiva, transparencia, no discriminación y proporcionalidad.
- (39) También es fundamental que el Comité esté facultado para emitir un dictamen, a instancias de la Comisión, cuando sea probable que las medidas nacionales afecten al funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación. Este es el caso, por ejemplo, cuando una medida nacional de carácter administrativo vaya dirigida a un prestador de servicios de medios de comunicación que preste sus servicios en más de un Estado miembro, o cuando el prestador de servicios de medios de comunicación de que se trate tenga una influencia significativa en la formación de la opinión pública en ese Estado miembro.
- (40) Los medios de comunicación desempeñan un papel decisivo en la configuración de la opinión pública y contribuyen a que los ciudadanos participen en los procesos democráticos. Por ese motivo, los Estados miembros deben establecer normas y procedimientos en sus sistemas jurídicos que garanticen una evaluación de las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación que puedan tener efectos significativos sobre el pluralismo de los medios de comunicación o la independencia editorial. Dichas normas y procedimientos pueden tener repercusiones sobre la libertad de prestar servicios de medios de comunicación en el mercado interior, y deben estar correctamente definidos y ser transparentes, objetivos, proporcionados y no discriminatorios. Debe entenderse que las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación sujetas a dichas normas incluyen aquellas que pueden provocar que una sola entidad controle o tenga intereses significativos en servicios de medios de comunicación con una influencia sustancial sobre la formación de la opinión pública en un mercado de medios de comunicación determinado, dentro de un subsector de los medios de comunicación o en diferentes sectores de los medios de comunicación en uno o más Estados miembros. Un criterio importante que debe tenerse en cuenta es la reducción de las opiniones divergentes dentro de ese mercado, como consecuencia de la concentración.

- (41) Las autoridades u organismos reguladores nacionales, que están dotados de conocimientos especializados concretos en el ámbito del pluralismo de los medios de comunicación, deben participar en la evaluación de los efectos de las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación sobre el pluralismo de estos y su independencia editorial cuando ellas mismas no sean las autoridades u organismos designados. A fin de fomentar la seguridad jurídica y garantizar que las normas y procedimientos estén verdaderamente orientados a la protección del pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial, es esencial que se fijen con antelación criterios objetivos, no discriminatorios y proporcionados para la notificación y la evaluación de los efectos de las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación sobre el pluralismo de estos y su independencia editorial.
- (42) Cuando una concentración en el mercado de los medios de comunicación constituya una concentración dentro del ámbito de aplicación del Reglamento (CE) n.º 139/2004 del Consejo⁵⁵, la aplicación de ese Reglamento o de cualquier norma y procedimiento adoptado por los Estados miembros sobre la base de ese Reglamento no debe afectar a la aplicación del artículo 21, apartado 4, del Reglamento (CE) n.º 139/2004. Cualquier medida adoptada por las autoridades u organismos reguladores nacionales designados o participantes sobre la base de su evaluación de las repercusiones de las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación sobre el pluralismo de estos o su independencia editorial, por tanto, debe ir destinada a proteger los intereses legítimos en el sentido del artículo 21, apartado 4, párrafo tercero, del Reglamento (CE) n.º 139/2004, y debe ir en consonancia con los principios generales y otras disposiciones del Derecho de la Unión.
- (43) El Comité debe estar facultado para emitir dictámenes sobre proyectos de decisión o de dictamen de las autoridades u organismos reguladores nacionales designados o participantes, cuando las concentraciones sujetas a notificación puedan afectar al funcionamiento del mercado interior de los medios de comunicación. Este sería el caso, por ejemplo, cuando en esas concentraciones se integre al menos una empresa establecida en otro Estado miembro o con actividad en más de un Estado miembro o cuando como consecuencia de ellas un prestador de servicios de medios de comunicación tenga una influencia significativa en la formación de la opinión pública en un mercado de medios de comunicación determinado. Además, cuando las autoridades u organismos nacionales pertinentes no hayan evaluado las repercusiones de la concentración sobre el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial, o cuando las autoridades u organismos reguladores nacionales no hayan consultado al Comité en lo que respecta a una concentración en un mercado de medios de comunicación determinado, pero se considere probable que dicha concentración afecte al funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación, el Comité debe estar facultado para emitir un dictamen, a instancias de la Comisión. En todo caso, la Comisión conserva la posibilidad de emitir sus propios dictámenes a raíz de los dictámenes redactados por el Comité.
- (44) Con vistas a garantizar el pluralismo de los mercados de medios de comunicación, las autoridades u organismos nacionales y el Comité deben tener en cuenta una serie de criterios. En particular, deben tenerse en cuenta los efectos sobre el pluralismo de los medios de comunicación, incluidos en particular los efectos sobre la formación de la opinión pública, considerando el entorno en línea. Al mismo tiempo, debe tenerse en

⁵⁵ Reglamento (CE) n.º 139/2004 del Consejo, de 20 de enero de 2004, sobre el control de las concentraciones entre empresas («Reglamento comunitario de concentraciones») (DO L 24 de 29.1.2004, p. 1).

cuenta si otros medios de comunicación, que ofrezcan contenidos diferentes y alternativos, aún coexistirían en el mercado o mercados de que se trate tras la correspondiente concentración en el mercado de los medios de comunicación. La evaluación de las salvaguardias de la independencia editorial debe incluir el examen de posibles riesgos de injerencia indebida por parte de los posibles propietarios, gestores o estructuras de gobernanza futuros en las decisiones editoriales individuales de la entidad adquirida o fusionada. Las salvaguardias internas existentes o previstas destinadas a mantener la independencia de las decisiones editoriales individuales dentro de las empresas de medios de comunicación de que se trate también deben tomarse en consideración. Al evaluar las posibles repercusiones, también han de tenerse en cuenta los efectos de la concentración en cuestión sobre la sostenibilidad económica de la entidad o entidades que forman parte de ella y la posible sostenibilidad económica de dichas entidades sin la concentración, en el sentido de que fuera posible para ellas a medio plazo continuar prestando y desarrollando en el mercado servicios de medios de comunicación de calidad viables desde el punto de vista económico, dotados de los recursos adecuados y adaptados desde el punto de vista tecnológico.

- (45) La medición de la audiencia tiene un efecto directo sobre la asignación y los precios de la publicidad, que representa una fuente de ingresos esencial para el sector de los medios de comunicación. Se trata de un instrumento crucial para evaluar los resultados del contenido de los medios de comunicación y entender las preferencias de la audiencia, de cara a planificar la futura producción de contenidos. Del mismo modo, los participantes en el mercado de los medios de comunicación, en particular los prestadores de servicios de medios de comunicación y los anunciantes, deben poder contar con datos objetivos sobre la audiencia procedentes de soluciones de medición de la audiencia transparentes, no sesgadas y verificables. No obstante, determinados nuevos actores surgidos en el ecosistema de los medios de comunicación facilitan sus propios servicios de medición sin hacer pública la información referente a sus métodos. Esto puede tener como consecuencia la asimetría de información entre los participantes en el mercado de los medios de comunicación y el posible falseamiento del mercado, perjudicando la igualdad de oportunidades para los prestadores de servicios de medios de comunicación presentes en el mercado.
- (46) A fin de reforzar la verificabilidad y fiabilidad de los métodos de medición de la audiencia, en particular en línea, deben establecerse obligaciones de transparencia para los proveedores de sistemas de medición de la audiencia que no cumplan los parámetros de referencia del sector, acordados en el seno de los organismos pertinentes de autorregulación. Con arreglo a estas obligaciones, esos participantes, cuando se les solicite y en la medida de lo posible, deben facilitar a los anunciantes y prestadores de servicios de medios de comunicación o partes que actúen en su nombre la información que describa los métodos empleados para la medición de la audiencia. Esa información puede consistir en facilitar elementos tales como el tamaño de la muestra medida, la definición de los indicadores que se miden, los parámetros, los métodos de medición y el margen de error, así como el período de medición. Las obligaciones que impone el presente Reglamento se entienden sin perjuicio de cualquier obligación aplicable a los proveedores de los servicios de medición de la audiencia en virtud del Reglamento 2019/1150 o del Reglamento (UE) 2022/XX [Ley de Mercados Digitales], incluidas las que conciernen a la clasificación o la autopreferencia.

- (47) Los códigos de conducta, ya estén elaborados por los proveedores de sistemas de medición de la audiencia o por las organizaciones o asociaciones que los representan, pueden contribuir a la aplicación correcta del presente Reglamento, motivo por el cual debe alentarse su adopción. La autorregulación ya se ha utilizado para fomentar estándares de alta calidad en el ámbito de la medición de la audiencia. Su mayor evolución puede verse como instrumento eficaz para que el sector acuerde las soluciones prácticas necesarias en aras de garantizar que los sistemas de medición de la audiencia y sus métodos se ajusten a los principios de transparencia, imparcialidad, inclusividad, proporcionalidad, no discriminación y verificabilidad. Al elaborar esos códigos de conducta, en consulta con todas las partes interesadas pertinentes, fundamentalmente con los proveedores de servicios de medios de comunicación, puede tenerse en cuenta, en particular, la digitalización creciente del sector de los medios de comunicación y el objetivo de lograr unas condiciones equitativas de competencia entre los participantes en el mercado de los medios de comunicación.
- (48) La publicidad estatal es una fuente de ingresos importante para muchos prestadores de servicios de medios de comunicación, que contribuye a su sostenibilidad económica. El acceso a ella debe concederse de manera no discriminatoria a cualquier prestador de servicios de medios de comunicación procedente de cualquier Estado miembro que pueda llegar de manera adecuada a alguno o varios de los miembros pertinentes del público, de forma que se garantice la igualdad de oportunidades en el mercado interior. Además, la publicidad estatal puede hacer vulnerables a los prestadores de servicios de medios de comunicación frente a la influencia pública indebida en perjuicio de la libertad de prestar servicios y de los derechos fundamentales. La asignación opaca y sesgada de la publicidad estatal es, por tanto, un instrumento poderoso de ejercicio de influencia o de «captación» de los prestadores de servicios de medios de comunicación. La distribución y la transparencia de la publicidad estatal se regula, en algunos aspectos, mediante un marco fragmentado de medidas específicas para el sector de los medios y legislación general sobre la contratación pública, que, sin embargo, puede no afectar a todo el gasto público en publicidad ni ofrecer una protección suficiente contra la distribución preferencial o sesgada. En particular, la Directiva 2014/24/UE del Parlamento Europeo y del Consejo⁵⁶ no es aplicable a los contratos de servicio público para la adquisición, el desarrollo, la producción o la coproducción de material programático destinado a los servicios de medios de comunicación audiovisual o de medios de comunicación radiofónicos. Las normas específicas en materia de publicidad estatal transmitida a través de medios de comunicación, allí donde existe, es significativamente divergente entre Estados miembros.
- (49) A fin de garantizar una competencia sin falseamientos entre los prestadores de servicios de medios de comunicación y de evitar el riesgo de subvención encubierta y de influencia política indebida sobre los medios de comunicación, procede establecer requisitos comunes de transparencia, objetividad, proporcionalidad y no discriminación en la asignación de publicidad estatal y de recursos estatales a los prestadores de servicios de medios de comunicación a efectos de adquisición de bienes o servicios a partir de ellos distintos de la publicidad estatal, incluido el requisito de publicar información sobre los beneficiarios del gasto en publicidad estatal y los importes dedicados a ello. Es importante que los Estados miembros hagan accesible al

⁵⁶ Directiva 2014/24/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de febrero de 2014, sobre contratación pública y por la que se deroga la Directiva 2004/18/CE (DO L 94 de 28.3.2014, p. 65).

público la información necesaria en relación con la publicidad estatal en un formato electrónico de fácil visión, acceso y descarga, en consonancia con las normas de la Unión y nacionales sobre la confidencialidad mercantil. El Reglamento no afectará a la aplicación de las normas sobre ayudas estatales, que se aplican caso por caso.

- (50) Los riesgos para el funcionamiento y la resiliencia del mercado interior de los medios de comunicación deben controlarse periódicamente, como parte de la labor destinada a mejorar el funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación. Ese seguimiento debe tener por objeto la provisión de datos detallados y evaluaciones cualitativas sobre la resiliencia del mercado interior de los servicios de medios de comunicación, incluyendo información relativa al grado de concentración en el mercado a escala nacional y regional y a los riesgos de manipulación informativa y de injerencia por parte de agentes extranjeros. Debe llevarse a cabo de manera independiente, sobre la base de una lista sólidamente elaborada de indicadores clave de rendimiento, desarrollada y actualizada periódicamente por la Comisión, en consulta con el Comité. Dada la naturaleza rápidamente cambiante de los riesgos y de los avances tecnológicos en el mercado interior de los medios de comunicación, el seguimiento debe incluir ejercicios prospectivos, como pruebas de tensión, para evaluar la resiliencia prospectiva del mercado interior de los medios de comunicación, alertar acerca de las vulnerabilidades que acechan al pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial, y contribuir a la labor de mejora de la gobernanza, la calidad de los datos y la gestión de riesgos. En particular, han de ser objeto del seguimiento el nivel de actividad y de inversión transfronteriza, la cooperación normativa y la convergencia en la regulación de los medios de comunicación, los obstáculos a la prestación de servicios de medios de comunicación, incluidos los que surgen en el entorno digital, así como la transparencia y la equidad en la asignación de recursos económicos en el mercado interior de los medios de comunicación. Asimismo, deben tomarse en consideración las tendencias más generales en el mercado interior de los medios de comunicación y la legislación nacional que afecte a los prestadores de servicios de medios de comunicación. Además, el seguimiento debe permitir obtener una visión general de las medidas adoptadas por los prestadores de servicios de medios de comunicación a fin de garantizar la independencia de las decisiones editoriales concretas, incluidas las propuestas en la Recomendación que acompaña al presente Reglamento. A fin de garantizar los más elevados estándares en ese seguimiento, el Comité, que reúne a entidades con conocimientos especializados de gran calado sobre el mercado de los medios de comunicación, debe tener una participación adecuada.
- (51) Con el fin de preparar el terreno para una aplicación correcta del presente Reglamento, las disposiciones relativas a las autoridades independientes en materia de medios de comunicación, el Comité y las modificaciones necesarias de la Directiva 2010/13/UE (artículos 7 a 12 y artículo 27 del presente Reglamento) deben ser de aplicación a los tres meses desde la entrada en vigor de la Ley, mientras que todas las demás disposiciones del presente Reglamento serán de aplicación a los seis meses desde su entrada en vigor. Esto es necesario, en particular, para garantizar que el Comité se instaurará a tiempo para garantizar una aplicación adecuada del Reglamento.
- (52) Dado que los objetivos del presente Reglamento, a saber, garantizar el buen funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación, no pueden alcanzarse de manera suficiente por los Estados miembros —habida cuenta de que estos pueden (o podrían) no tener incentivos para alcanzar la armonización o cooperación necesarias si actúan en solitario— y pueden alcanzarse mejor a escala de

la Unión, debido al creciente carácter digital y transfronterizo de la producción, la distribución y el consumo del contenido de los medios de comunicación y al papel único que desempeñan los servicios de medios de comunicación, la Unión está facultada para adoptar medidas, de conformidad con el principio de subsidiariedad establecido en el artículo 5 del Tratado de la Unión Europea. De conformidad con el principio de proporcionalidad establecido en el mismo artículo, el presente Reglamento no excede de lo necesario para alcanzar dichos objetivos.

- (53) El presente Reglamento respeta los derechos fundamentales y observa los principios reconocidos, en particular, en la Carta, en concreto en sus artículos 7, 8, 11, 16, 47, 50 y 52. Por consiguiente, el presente Reglamento debe interpretarse y aplicarse respetando dichos derechos y principios. En particular, no debe interpretarse que nada de lo dispuesto en el presente Reglamento interfiere con la libertad de información o la libertad de prensa, o que incentiva a los Estados miembros a imponer exigencias a los contenidos editoriales o las publicaciones de prensa.
- (54) El Supervisor Europeo de Protección de Datos, a quien se consultó de conformidad con el artículo 42, apartado 1, del Reglamento (UE) 2018/1725 del Parlamento Europeo y del Consejo⁵⁷, emitió un dictamen el XX de XX de 2022.

HAN ADOPTADO EL PRESENTE REGLAMENTO:

Capítulo I **Disposiciones generales**

Artículo 1

Objeto y ámbito de aplicación

1. El presente Reglamento establece normas comunes para el buen funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación, incluido el establecimiento del Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación, al mismo tiempo que se preserva la calidad de los servicios de medios de comunicación.
2. El presente Reglamento no afectará a las normas establecidas por:
 - a) la Directiva 2000/31/CE;
 - b) la Directiva 2019/790/UE;
 - c) el Reglamento (UE) 2019/1150;
 - d) el Reglamento (UE) 2022/XXX [Ley de Servicios Digitales];
 - e) el Reglamento (UE) 2022/XXX [Ley de Mercados Digitales];
 - f) el Reglamento (UE) 2022/XXX [Reglamento sobre la transparencia y la segmentación de la publicidad política].

⁵⁷ Reglamento (UE) 2018/1725 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de octubre de 2018, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales por las instituciones, órganos y organismos de la Unión, y a la libre circulación de esos datos, y por el que se derogan el Reglamento (CE) n.º 45/2001 y la Decisión n.º 1247/2002/CE (DO L 295 de 21.11.2018, p. 39).

3. El presente Reglamento no afectará a la posibilidad de que los Estados miembros adopten normas más detalladas en los ámbitos a los que se refieren el capítulo II y la sección 5 del capítulo III, siempre que dichas normas respeten el Derecho de la Unión.

Artículo 2

Definiciones

A efectos del presente Reglamento, se entenderá por:

- 1) «servicio de medios de comunicación» un servicio, tal como se define en los artículos 56 y 57 del Tratado, cuya finalidad principal, o la de una parte dissociable del mismo, consista en ofrecer programas o publicaciones de prensa al público en general por cualquier medio, a fin de informar, entretener o educar, bajo la responsabilidad editorial de un prestador de servicios de medios de comunicación;
- 2) «prestador de servicios de medios de comunicación» una persona física o jurídica cuya actividad profesional es prestar un servicio de medios de comunicación y que ostenta la responsabilidad editorial sobre la elección del contenido del servicio de comunicación y determina la manera en que se organiza;
- 3) «prestador de servicios de medios de comunicación públicos» un prestador de servicios de medios de comunicación que tiene encomendada una misión de servicio público con arreglo a la legislación nacional o recibe financiación pública nacional para el cumplimiento de esa misión;
- 4) «programa» un conjunto de imágenes en movimiento o de sonidos que constituye un elemento unitario, independientemente de su longitud, dentro de una parrilla o un catálogo establecidos por un prestador de servicios de medios de comunicación;
- 5) «publicación de prensa» una publicación tal como se define en el artículo 2, punto 4, de la Directiva 2019/790/UE
- 6) «servicio de comunicación audiovisual» un servicio tal como se define en el artículo 1, apartado 1, letra a), de la Directiva 2010/13/UE;
- 7) «editor» una persona física o un conjunto de personas físicas que pueden agruparse en un organismo, independientemente de su forma jurídica, estatuto o composición, que toma o supervisa las decisiones editoriales en el seno de un prestador de servicios de medios de comunicación;
- 8) «decisión editorial» una decisión que se adopta periódicamente con el fin de ejercer la responsabilidad editorial y que está vinculada a la gestión diaria de un prestador de servicios de medios de comunicación;
- 9) «responsabilidad editorial» el ejercicio del control efectivo tanto sobre la selección de los programas o publicaciones de prensa como sobre su organización, a efectos de la prestación de un servicio de medios de comunicación, independientemente de la existencia de responsabilidad con arreglo al derecho nacional que regule el servicio prestado;
- 10) «prestador de una plataforma en línea de muy gran tamaño» un prestador de una plataforma en línea que haya sido designada como plataforma en línea de muy gran tamaño con arreglo al artículo 25, apartado 4, del Reglamento (UE) 2022/XXX [Ley de Servicios Digitales];

- 11) «servicio de plataforma de intercambio de vídeos» un servicio tal como se define en el artículo 1, apartado 1, letra a *bis*), de la Directiva 2010/13/UE;
- 12) «autoridad u organismo regulador nacional» la autoridad u organismo designado por los Estados miembros de conformidad con el artículo 30 de la Directiva 2010/13/UE;
- 13) «concentración en el mercado de los medios de comunicación» una concentración tal como se define en el artículo 3 del Reglamento (CE) n.º 139/2004 en la que participe al menos un prestador de servicios de medios de comunicación;
- 14) «medición de la audiencia» la actividad de recabar, interpretar o tratar de cualquier otro modo datos sobre el número y las características de los usuarios de los servicios de medios de comunicación a efectos de las decisiones relativas a la asignación o los precios de la publicidad o a la planificación, producción o distribución conexas de contenidos;
- 15) «publicidad estatal» la colocación, la publicación o la difusión en cualquier servicio de medios de comunicación de un mensaje promocional o autopromocional, normalmente a cambio de un pago o de cualquier otra remuneración, por parte de, para o en nombre de cualquier autoridad pública nacional o regional, como los gobiernos nacionales, federales o regionales, las autoridades u organismos reguladores o las empresas de propiedad pública o cualesquiera otras entidades controladas por el Estado a escala nacional o regional, o cualquier gobierno local de una entidad territorial que supere el millón de habitantes;
- 16) «programa espía» cualquier producto con elementos digitales especialmente diseñado para aprovechar las vulnerabilidades de otros productos con elementos digitales, que permita vigilar de manera encubierta a personas físicas o jurídicas mediante el control, la extracción, la recopilación o el análisis de datos de dichos productos o de las personas físicas o jurídicas que utilicen dichos productos, en particular usando el micrófono del dispositivo de un usuario final, filmando a personas físicas, máquinas o sus alrededores, copiando mensajes, fotografiando, registrando la actividad de navegación, registrando la geolocalización, recopilando otros datos de los sensores o realizando actividades de seguimiento a través de múltiples dispositivos de los usuarios finales, sin que la persona física o jurídica afectada sea consciente de forma concreta ni haya dado su consentimiento expreso concreto a esos efectos;
- 17) «delito grave» cualquiera de las siguientes infracciones penales enumeradas en el artículo 2, apartado 2, de la Decisión Marco 2002/584/JAI del Consejo⁵⁸:
 - a) terrorismo,
 - b) trata de seres humanos,
 - c) explotación sexual de los niños y pornografía infantil,
 - d) tráfico ilícito de armas, municiones y explosivos,
 - e) homicidio voluntario, agresión con lesiones graves,
 - f) tráfico ilícito de órganos y tejidos humanos,
 - g) secuestro, detención ilegal y toma de rehenes,

⁵⁸ Decisión Marco 2002/584/JAI del Consejo, de 13 de junio de 2002, relativa a la orden de detención europea y a los procedimientos de entrega entre Estados miembros (DO L 190 de 18.7.2002, p. 1).

- h) robos organizados o a mano armada,
- i) violación,
- j) delitos incluidos en la jurisdicción de la Corte Penal Internacional.

Capítulo II

Derechos y obligaciones de los prestadores y de los destinatarios de servicios de medios de comunicación

Artículo 3

Derechos de los destinatarios de servicios de medios de comunicación

Los destinatarios de servicios de medios de comunicación en la Unión tendrán derecho a recibir una pluralidad de noticias y contenidos sobre cuestiones de actualidad, producidos con respeto de la libertad editorial de los prestadores de servicios de medios de comunicación, en beneficio del discurso público.

Artículo 4

Derechos de los prestadores de servicios de medios de comunicación

1. Los prestadores de servicios de medios de comunicación tendrán derecho a ejercer sus actividades económicas en el mercado interior sin restricciones distintas de las permitidas de conformidad con el Derecho de la Unión.
2. Los Estados miembros respetarán la libertad editorial efectiva de los prestadores de medios de comunicación. Los Estados miembros, incluidas las autoridades u organismos reguladores nacionales:
 - a) no interferirán ni tratarán de influir de ningún modo, directo o indirecto, en las estrategias y las decisiones editoriales de los prestadores de servicios de medios de comunicación;
 - b) no detendrán, sancionarán, interceptarán, someterán a vigilancia o pondrán en busca y captura, ni inspeccionarán a los prestadores de servicios de medios de comunicación o, cuando proceda, a los miembros de sus familias, o sus instalaciones empresariales y privadas, en razón de su negativa a revelar información sobre sus fuentes, salvo que ello esté justificado por una razón imperiosa de interés general, de conformidad con el artículo 52, apartado 1, de la Carta y de conformidad con el resto del Derecho de la Unión;
 - c) no instalarán programas espía en ningún dispositivo ni máquina utilizados por prestadores de servicios de medios de comunicación o, cuando proceda, los miembros de sus familias, o sus empleados o los miembros de sus familias, salvo que la instalación esté justificada, caso por caso, por razones de seguridad nacional y cumpla lo dispuesto en el artículo 52, apartado 1, de la Carta y el resto del Derecho de la Unión, o la instalación se produzca en el marco de la investigación de delitos graves de alguna de las personas mencionadas, esté prevista con arreglo al Derecho nacional y cumpla lo dispuesto en el artículo 52, apartado 1, de la Carta y el resto del Derecho de la Unión, y las medidas adoptadas de conformidad con la letra b) resultasen inadecuadas e insuficientes para obtener la información que se busca.

3. Sin perjuicio del derecho a la protección judicial efectiva garantizado para toda persona física y jurídica y como añadido a él, los Estados miembros designarán una autoridad u organismo independiente para tratar las denuncias presentadas por los prestadores de servicios de medios de comunicación o, cuando proceda, los miembros de sus familias, sus empleados o los miembros de las familias de estos, en relación con las infracciones de lo dispuesto en el apartado 2, letras b) y c). Los prestadores de servicios de medios de comunicación tendrán el derecho a solicitar a esa autoridad u organismo que, en el plazo de tres meses desde la solicitud, emita un dictamen sobre el cumplimiento de lo dispuesto en el apartado 2, letras b) y c).

Artículo 5

Salvaguardias del funcionamiento independiente de los prestadores de servicios de medios de comunicación públicos

1. Los prestadores de servicios de medios de comunicación públicos ofrecerán de un modo imparcial una pluralidad de información y opiniones a sus audiencias, de conformidad con su misión de servicio público.
2. El responsable de la gestión y los miembros del consejo de administración de los prestadores de servicios de medios de comunicación públicos serán nombrados mediante un procedimiento transparente, abierto y no discriminatorio fundamentado en criterios transparentes, objetivos, no discriminatorios y proporcionados establecidos de antemano por el Derecho nacional.

La duración de sus mandatos vendrá regulada en el Derecho nacional, y será adecuada y suficiente para garantizar la independencia efectiva del prestador de servicios de medios de comunicación públicos. Podrán ser destituidos antes de que expiren sus mandatos únicamente con carácter excepcional, cuando dejen de cumplir las condiciones jurídicamente predeterminadas para el desempeño de sus funciones, establecidas de antemano por el Derecho nacional, por motivos concretos de comportamiento ilícito o faltas graves, definidos de antemano por el Derecho nacional.

Las decisiones de destitución estarán debidamente motivadas y sujetas a notificación previa a la persona a la que afecten, y preverán la posibilidad de revisión judicial. Los motivos de la destitución se pondrán a disposición del público.

3. Los Estados miembros garantizarán que los prestadores de servicios de medios de comunicación públicos cuenten con recursos económicos adecuados y estables para el desempeño de su misión de servicio público. Dichos recursos serán tales que la independencia editorial quede preservada.
4. Los Estados miembros designarán una o más autoridades u organismos para efectuar un seguimiento del cumplimiento de los apartados 1 a 3.

Artículo 6

Obligaciones de los prestadores de servicios de medios de comunicación que ofrezcan noticias y contenidos sobre cuestiones de actualidad

1. Los prestadores de servicios de medios de comunicación que ofrecen noticias y contenidos sobre cuestiones de actualidad harán accesible, de forma sencilla y directa, a los destinatarios de dichos servicios la información siguiente:

- a) su denominación legal y sus datos de contacto;
 - b) el nombre o los nombres de sus titulares directos o indirectos, que posean paquetes accionariales que les permitan ejercer influencia sobre el funcionamiento y la toma de decisiones estratégicas;
 - c) el nombre o los nombres de los titulares reales en el sentido del artículo 3, punto 6, de la Directiva (UE) 2015/849 del Parlamento Europeo y del Consejo.
2. Sin perjuicio de las normas constitucionales nacionales coherentes con la Carta, los prestadores de servicios de medios de comunicación que ofrezcan noticias y contenidos sobre cuestiones de actualidad tomarán las medidas que consideren adecuadas con vistas a garantizar la independencia de las decisiones editoriales individuales. En particular, dichas medidas tendrán por objeto:
- a) garantizar que los editores sean libres para tomar decisiones editoriales individuales en el ejercicio de su actividad profesional; así como
 - b) garantizar la divulgación de cualquier conflicto de intereses real o posible de cualquier parte que tenga una participación en un prestador de servicios de medios de comunicación que pueda afectar a la oferta de noticias y contenidos sobre cuestiones de actualidad.
3. Las obligaciones que impone el presente artículo no se aplicarán a los prestadores de servicios de medios de comunicación que sean microempresas en el sentido del artículo 3 de la Directiva 2013/34/UE.

Capítulo III

Marco para la cooperación normativa y un mercado interior de servicios de medios de comunicación que funcione bien

Sección 1

Autoridades independientes en materia de medios de comunicación

Artículo 7

Autoridades u organismos reguladores nacionales

1. Las autoridades u organismos reguladores nacionales a que se refiere el artículo 30 de la Directiva 2010/13/UE serán responsables de la aplicación del capítulo III del presente Reglamento.
2. Las autoridades u organismos reguladores nacionales estarán sujetos a las exigencias que establece el artículo 30 de la Directiva 2010/13/UE en lo que respecta al ejercicio de las funciones que les asigna el presente Reglamento.
3. Los Estados miembros garantizarán que las autoridades u organismos reguladores nacionales cuenten con los recursos económicos, humanos y técnicos adecuados para llevar a cabo sus funciones con arreglo al presente Reglamento.
4. Cuando sea necesario llevar a cabo sus funciones con arreglo al presente Reglamento, las autoridades u organismos reguladores nacionales tendrán las competencias adecuadas de investigación con respecto a la conducta de las personas físicas o jurídicas a las que se aplica el capítulo III.

Esas competencias incluirán, en particular, la de solicitar a esas personas que faciliten, en un plazo de tiempo razonable, información que resulte proporcionada y necesaria para llevar a cabo las funciones con arreglo al capítulo III; la solicitud también puede dirigirse a cualquier otra persona que, por motivos relacionados con sus actividades comerciales o empresariales o su profesión, pueda razonablemente estar en posesión de la información necesaria.

Sección 2

Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación

Artículo 8

Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación

1. Se crea el Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación (en lo sucesivo, «el Comité»).
2. El Comité sustituirá y sucederá al Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA), establecido por la Directiva 2010/13/UE.

Artículo 9

Independencia del Comité

El Comité actuará con plena independencia en el desempeño de sus funciones o en el ejercicio de sus competencias. En particular, en el desempeño de sus funciones o en el ejercicio de sus competencias, el Comité no pedirá ni aceptará instrucciones de ningún gobierno, institución, persona u organismo. Lo dispuesto no afectará a las competencias de la Comisión o de las autoridades u organismos reguladores nacionales de conformidad con el presente Reglamento.

Artículo 10

Estructura del Comité

1. El Comité estará compuesto por representantes de las autoridades u organismos reguladores nacionales a que se refiere el artículo 30 de la Directiva 2010/13/UE.
2. Cada miembro del Comité dispondrá de un voto.
3. Cuando un Estado miembro tenga más de una autoridad u organismo regulador nacional, esas autoridades u organismos reguladores nacionales se coordinarán mutuamente según resulte necesario y nombrarán a un representante común que ejercerá el derecho de voto.
4. El Comité estará representado por su presidente. El Comité elegirá un presidente de entre sus miembros por mayoría de dos tercios de los miembros con derecho de voto. El mandato del presidente será de dos años.
5. La Comisión designará un representante en el Comité. El representante de la Comisión participará en todas las actividades y reuniones del Comité, sin derecho de voto. El presidente del Comité mantendrá informada a la Comisión sobre las

actividades en curso y previstas del Comité. El Comité consultará a la Comisión en preparación de su programa de trabajo y sus principales entregables.

6. El Comité, previo acuerdo con la Comisión, podrá invitar a expertos y observadores a que asistan a sus reuniones.
7. El Comité adoptará sus decisiones por mayoría de dos tercios de los miembros con derecho de voto.
8. El Comité aprobará su propio reglamento interno por mayoría de dos tercios de los miembros con derecho de voto, de acuerdo con la Comisión.

Artículo 11

Secretaría del Comité

1. El Comité contará con una secretaría, que será facilitada por la Comisión.
2. La principal función de la secretaría será contribuir a la ejecución de las funciones del Comité establecidas en el presente Reglamento y en la Directiva 2010/13/UE.
3. La secretaría facilitará apoyo administrativo y organizativo a las actividades del Comité. Asimismo, asistirá al Comité en el desempeño de sus funciones.

Artículo 12

Funciones del Comité

Sin perjuicio de las competencias que los Tratados confieren a la Comisión, el Comité promoverá la aplicación efectiva y coherente del presente Reglamento y de las normas nacionales de transposición de la Directiva 2010/13/UE en toda la Unión. El Comité:

- a) apoyará a la Comisión, mediante sus conocimientos técnicos, en la garantía de la correcta aplicación del presente Reglamento y la aplicación coherente de la Directiva 2010/13/UE en todos los Estados miembros, sin perjuicio de las funciones de las autoridades u organismos reguladores nacionales;
- b) promoverá la cooperación y el intercambio efectivo de información, experiencia y mejores prácticas entre las autoridades u organismos reguladores nacionales en lo relativo a la aplicación de las normas de la Unión y nacionales aplicables a los servicios de medios de comunicación, incluidos el presente Reglamento y la Directiva 2010/13/UE, en particular en lo que respecta a los artículos 3, 4 y 7 de dicha Directiva;
- c) asesorará a la Comisión, cuando esta se lo solicite, acerca de aspectos normativos, técnicos o prácticos pertinentes para la aplicación coherente del presente Reglamento y la transposición de la Directiva 2010/13/UE, así como sobre otras cuestiones relacionadas con los servicios de medios de comunicación que sean de su competencia. Cuando la Comisión solicite asesoramiento o dictámenes del Comité, podrá señalar un plazo teniendo en cuenta la urgencia del asunto;
- d) cuando se lo solicite la Comisión, emitirá dictámenes sobre los asuntos técnicos y fácticos que surjan en lo que respecta al artículo 2, apartado 5 *quater*, el artículo 3, apartados 2 y 3, el artículo 4, apartado 4, letra c), y el artículo 28 *bis*, apartado 7, de la Directiva 2010/13/UE.
- e) de acuerdo con la Comisión, redactará dictámenes en lo que respecta a:

- i) las solicitudes de cooperación y asistencia mutua entre autoridades u organismos reguladores nacionales, de conformidad con el artículo 13, apartado 7, del presente Reglamento;
 - ii) las solicitudes de medidas de ejecución en caso de desacuerdo entre la autoridad u organismo solicitante y la autoridad u organismo requerido en relación con las acciones recomendadas con arreglo al artículo 14, apartado 4, del presente Reglamento;
 - iii) las medidas nacionales relativas a los prestadores de servicios de medios de comunicación establecidos fuera de la Unión, de conformidad con el artículo 16, apartado 2, del presente Reglamento;
- f) a petición de la Comisión, redactará dictámenes en lo que respecta a:
- i) las medidas nacionales que puedan afectar al funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación, de conformidad con el artículo 20, apartado 4, del presente Reglamento;
 - ii) las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación que puedan afectar al funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación, de conformidad con el artículo 22, apartado 1, del presente Reglamento;
- g) redactará dictámenes sobre proyectos de dictámenes o decisiones nacionales que evalúen las repercusiones sobre el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial de una concentración sujeta a notificación en el mercado de los medios de comunicación cuando dicha concentración pueda afectar al funcionamiento del mercado interior, de conformidad con el artículo 21, apartado 5, del presente Reglamento;
- h) asistirá a la Comisión en la redacción de orientaciones en lo que respecta a:
- i) la aplicación del presente Reglamento y de las normas nacionales de transposición de la Directiva 2010/13, de conformidad con el artículo 15, apartado 2, del presente Reglamento.
 - ii) los factores que deben tenerse en cuenta al aplicar los criterios para la evaluación de las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación, de conformidad con el artículo 21, apartado 3, del presente Reglamento;
 - iii) la aplicación de los artículos 23, apartados 1, 2 y 3, con arreglo al artículo 23, apartado 4, del presente Reglamento.
- i) previa solicitud de al menos una de las autoridades afectadas, mediará en caso de desacuerdo entre autoridades u organismos reguladores nacionales, de conformidad con el artículo 14, apartado 3, del presente Reglamento;
- j) fomentará la cooperación sobre normas técnicas relacionadas con las señales digitales y el diseño de dispositivos o interfaces de usuario, de conformidad con el artículo 15, apartado 4, del presente Reglamento;
- k) coordinará las medidas nacionales relacionadas con la difusión o el acceso a los contenidos de los prestadores de servicios de medios de comunicación establecidos fuera de la Unión que se dirigen a audiencias de la Unión, cuando sus actividades perjudiquen o entrañen un riesgo serio y grave de perjudicar a la seguridad pública y a la defensa, de conformidad con el artículo 16, apartado 1, del presente Reglamento;

- l) organizará un diálogo estructurado entre prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño, representantes de los prestadores de servicios de medios de comunicación y de la sociedad civil, e informará sobre los resultados a la Comisión, de conformidad con el artículo 18 del presente Reglamento;
- m) fomentará el intercambio de mejores prácticas relacionadas con el desarrollo de sistemas de medición de la audiencia, de conformidad con el artículo 23, apartado 5, del presente Reglamento.

Sección 3

Cooperación y convergencia normativas

Artículo 13

Cooperación estructurada

1. Las autoridades u organismos reguladores nacionales podrán solicitar («autoridad solicitante») en cualquier momento cooperación o asistencia mutua de una o más autoridades u organismos reguladores nacionales («autoridades requeridas») con el fin de intercambiar información o tomar medidas pertinentes para una aplicación coherente y eficaz del presente Reglamento o de las medidas nacionales de transposición de la Directiva 2010/13/UE.
 2. Cuando una autoridad u organismo regulador nacional considere que existe un riesgo serio y grave de perjuicio al funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación o un riesgo serio y grave de perjuicio a la seguridad pública y la defensa, podrá solicitar a otras autoridades u organismos reguladores nacionales que presten una cooperación o una asistencia mutua aceleradas, al tiempo que garantizan el cumplimiento de los derechos fundamentales, en particular la libertad de expresión.
 3. Las solicitudes de cooperación o asistencia mutua, incluidas la cooperación o asistencia mutua aceleradas, contendrán toda la información necesaria, incluidas la finalidad y las razones de la solicitud.
 4. La autoridad requerida podrá negarse a atender la solicitud únicamente en los casos siguientes:
 - a) si no es competente en relación con el objeto de la solicitud o con las medidas cuya adopción se solicita;
 - b) si la ejecución de la solicitud infringiría el presente Reglamento, la Directiva 2010/13/UE u otro acto legislativo de la Unión o el Derecho de un Estado miembro que cumpla con el Derecho de la Unión al que esté sujeta la autoridad requerida.
- La autoridad requerida motivará cualquier negativa a atender una solicitud.
5. La autoridad requerida informará a la autoridad solicitante sobre los resultados alcanzados o los avances de las medidas adoptadas en respuesta a la solicitud.
 6. La autoridad requerida hará cuanto esté en su mano para atender y responder a la solicitud sin demora indebida. La autoridad requerida facilitará los resultados provisionales en un plazo de catorce días naturales desde la recepción de la solicitud, con las consiguientes actualizaciones periódicas sobre los avances en la ejecución de

la solicitud. En caso de solicitud de cooperación o asistencia mutua aceleradas, la autoridad requerida atenderá y responderá a la solicitud en un plazo de catorce días naturales.

7. Cuando la autoridad solicitante no considere que las medidas adoptadas por la autoridad requerida son suficientes para atender y responder a su solicitud, informará a la autoridad requerida sin demora indebida, explicando los motivos de su postura. Si la autoridad requerida no está de acuerdo con dicha postura, o si no hay reacción por parte de la autoridad requerida, cualquiera de las dos autoridades podrá remitir el asunto al Comité. En un plazo de catorce días naturales desde la recepción de la remisión, el Comité, de acuerdo con la Comisión, emitirá un dictamen sobre el asunto, que incluirá acciones recomendadas. La autoridad requerida hará cuanto esté en su mano para tener en cuenta el dictamen del Comité.

Artículo 14

Solicitudes de ejecución de obligaciones por parte de las plataformas de intercambio de vídeos

1. Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 3 de la Directiva 2000/31/CE, una autoridad u organismo regulador nacional podrá solicitar a otra autoridad u organismo regulador nacional que adopte medidas necesarias y proporcionadas para la ejecución efectiva de las obligaciones impuestas a las plataformas de intercambio de vídeos con arreglo al artículo 28 *ter* de la Directiva 2010/13/UE.
2. La autoridad u organismo nacional requerido informará, sin demora indebida y en el plazo de treinta días naturales, a la autoridad u organismo nacional solicitante acerca de las medidas adoptadas o previstas con arreglo al apartado 1.
3. En caso de desacuerdo entre la autoridad u organismo nacional solicitante y la autoridad u organismo nacional requerido en relación con las medidas adoptadas con arreglo al apartado 1, cualquiera de esas autoridades u organismos podrá remitir el asunto al Comité para su mediación a fin de hallar una solución amistosa.
4. Si no se halla una solución amistosa tras la mediación del Comité, la autoridad u organismo nacional solicitante o la autoridad u organismo nacional requerido podrá solicitar al Comité que emita un dictamen sobre el asunto. En su dictamen, el Comité evaluará si la autoridad u organismo requerido ha cumplido con una solicitud a que hace referencia el apartado 1. Si el Comité considera que la autoridad requerida no ha cumplido con esa solicitud, el Comité recomendará medidas destinadas a cumplir con la solicitud. El Comité emitirá su dictamen, de acuerdo con la Comisión, sin demora indebida.
5. La autoridad u organismo nacional requerido, sin demora indebida y en el plazo máximo de treinta días naturales desde la recepción del dictamen a que hace referencia el apartado 4, informará al Comité, a la Comisión y a la autoridad u organismo solicitante de las medidas adoptadas o previstas en relación con el dictamen.

Artículo 15

Orientaciones en relación con asuntos normativos que afectan a los medios de comunicación

1. El Comité fomentará el intercambio de mejores prácticas entre las autoridades u organismos reguladores nacionales, consultando a las partes interesadas, cuando

proceda, y en cooperación estrecha con la Comisión, acerca de aspectos normativos, técnicos o prácticos pertinentes para una aplicación coherente y eficaz del presente Reglamento y de las normas nacionales de transposición de la Directiva 2010/13/UE.

2. Cuando la Comisión publique orientaciones relativas a la aplicación del presente Reglamento o de las normas nacionales de transposición de la Directiva 2010/13/UE, el Comité le asistirá facilitando conocimientos especializados sobre aspectos normativos, técnicos o prácticos, en particular en lo que respecta a:
 - a) la adecuada prominencia de los servicios de comunicación audiovisual de interés general de conformidad con el artículo 7 *bis* de la Directiva 2010/13/UE;
 - b) la accesibilidad de la información sobre la estructura de propiedad de los prestadores de servicios de medios de comunicación, según lo dispuesto en el artículo 5, apartado 2, de la Directiva 2010/13/UE.
3. La Comisión podrá emitir un dictamen sobre cualquier asunto relacionado con la aplicación del presente Reglamento y las normas nacionales de transposición de la Directiva 2010/13/UE. El Comité asistirá a la Comisión a este respecto, previa solicitud.
4. El Comité fomentará la cooperación entre los prestadores de servicios de medios de comunicación, los organismos de normalización o cualesquiera otras partes interesadas pertinentes, a fin de facilitar el desarrollo de normas técnicas relacionadas con las señales digitales o el diseño de dispositivos o interfaces de usuario que controlen o gestionen el acceso y el uso de servicios de comunicación audiovisual.

Artículo 16

Coordinación de las medidas relativas a prestadores de servicios de medios de comunicación establecidos fuera de la Unión

1. El Comité coordinará las medidas adoptadas por las autoridades u organismos reguladores nacionales en relación con la difusión o el acceso a servicios de medios de comunicación prestados por prestadores de servicios de medios de comunicación establecidos fuera de la Unión que se dirijan a audiencias de la Unión cuando, entre otros motivos en vista del control que pueden ejercer terceros sobre ellos, dichos servicios de medios de comunicación perjudiquen o entrañen un riesgo serio y grave de perjudicar la seguridad pública y la defensa.
2. El Comité, de acuerdo con la Comisión, podrá emitir dictámenes sobre las medidas nacionales adecuadas con arreglo al apartado 1. Todas las autoridades nacionales competentes, incluidas las autoridades u organismos reguladores nacionales, harán cuanto esté en su mano para tener en cuenta los dictámenes del Comité.

Sección 4

Prestación de servicios de medios de comunicación en un entorno digital

Artículo 17

Contenido de los prestadores de servicios de medios de comunicación en las plataformas en línea de muy gran tamaño

1. Los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño facilitarán una funcionalidad que permita a los destinatarios de sus servicios declarar que:
 - a) se trata de prestadores de servicios de medios de comunicación en el sentido del artículo 2, punto 2;
 - b) son independientes, desde el punto de vista editorial, de los Estados miembros y de terceros países; y
 - c) están sujetos a requisitos normativos para el ejercicio de la responsabilidad editorial en uno o más Estados miembros, o se adhieren a un mecanismo de correulación o autorregulación que rige los estándares editoriales, ampliamente reconocido y aceptado en el sector de los medios de comunicación pertinente en uno o más Estados miembros.
2. Cuando un prestador de plataformas en línea de muy gran tamaño decida suspender la prestación de sus servicios de intermediación en línea en relación con contenidos ofrecidos por un prestador de servicios de medios de comunicación que haya presentado una declaración con arreglo al apartado 1 del presente artículo, basándose en que dichos contenidos son incompatibles con sus condiciones, sin que esos contenidos contribuyan a un riesgo sistémico a que hace referencia el artículo 26 del Reglamento (UE) 2022/XXX [Ley de Servicios Digitales], tomará todas las medidas posibles, en la medida en que resulte coherente con las obligaciones que le impone el Derecho de la Unión, incluido el Reglamento (UE) 2022/XXX [Ley de Servicios Digitales], para comunicar al prestador de servicios de medios de comunicación afectado la motivación que acompañe a esa decisión, según lo exigido por el artículo 4, apartado 1, del Reglamento (UE) 2019/1150, antes de que la suspensión se lleve a efecto.
3. Los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño tomarán todas las medidas técnicas y organizativas necesarias para garantizar que las denuncias con arreglo al artículo 11 del Reglamento (UE) 2019/1150 interpuestas por prestadores de servicios de medios de comunicación que hayan presentado una declaración con arreglo al apartado 1 del presente artículo se tramiten y se resuelvan de manera prioritaria y sin demora indebida.
4. Cuando un prestador de servicios de medios de comunicación que haya presentado una declaración con arreglo al apartado 1 considere que el prestador de plataformas en línea de muy gran tamaño restringe o suspende con frecuencia la prestación de sus servicios en relación con contenidos ofrecidos por el prestador de servicios de medios de comunicación sin motivos suficientes, el prestador de plataformas en línea de muy gran tamaño entablará un diálogo significativo y efectivo con el prestador de servicios de medios de comunicación, previa solicitud de este, de buena fe y con el fin de hallar una solución amistosa para poner fin a las restricciones o suspensiones injustificadas y evitarlas en el futuro. El prestador de servicios de medios de comunicación podrá notificar el resultado de esos intercambios al Comité.
5. Los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño harán pública, con periodicidad anual, la información siguiente:
 - a) el número de casos en que hayan impuesto una restricción o suspensión al considerar que los contenidos ofrecidos por un prestador de servicios de medios de comunicación que haya presentado una declaración con arreglo al apartado 1 del presente artículo eran incompatibles con sus condiciones; y
 - b) los motivos para imponer esas restricciones.

6. Con vistas a facilitar la aplicación coherente y efectiva del presente artículo, la Comisión podrá publicar orientaciones para establecer la forma y los detalles de la declaración a que se refiere el apartado 1.

Artículo 18

Diálogo estructurado

1. El Comité organizará periódicamente un diálogo estructurado entre los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño, los representantes de los prestadores de servicios de medios de comunicación y los representantes de la sociedad civil, a fin de debatir las experiencias y mejores prácticas en relación con la aplicación del artículo 17 del presente Reglamento, fomentar el acceso a ofertas diversas de medios de comunicación independientes en las plataformas en línea de muy gran tamaño y efectuar un seguimiento de la adhesión a iniciativas de autorregulación destinadas a proteger a la sociedad de contenidos nocivos, como la desinformación y la manipulación informativa e interferencias extranjeras.
2. El Comité informará sobre los resultados del diálogo a la Comisión.

Artículo 19

Derecho a la personalización de la oferta de medios de comunicación audiovisuales

1. Los usuarios tendrán el derecho a cambiar con facilidad los ajustes por defecto de cualquier dispositivo que controle o gestione el acceso y el uso de servicios de medios de comunicación audiovisual con el fin de personalizar la oferta de medios de comunicación audiovisual de acuerdo con sus intereses o preferencias en cumplimiento de la ley. Esta disposición no afectará a las medidas nacionales de transposición del artículo 7 *bis* de la Directiva 2010/13/UE.
2. Al comercializar los dispositivos e interfaces de usuario a que se refiere el apartado 1, los fabricantes y desarrolladores garantizarán la inclusión de una funcionalidad que permita a los usuarios cambiar gratuitamente y con facilidad los ajustes por defecto que controlan o gestionan el acceso y el uso de los servicios de medios de comunicación audiovisual que se ofrecen.

Sección 5

Requisitos para unas medidas y procedimientos del mercado de medios de comunicación que funcionen bien

Artículo 20

Medidas nacionales que afecten al funcionamiento de los prestadores de servicios de medios de comunicación

1. Cualquier medida legislativa, normativa o administrativa tomada por un Estado miembro que pueda afectar al funcionamiento de los prestadores de servicios de medios de comunicación en el mercado interior estará debidamente justificada y proporcionada. Dichas medidas deberán ser motivadas, transparentes, objetivas y no discriminatorias.

2. Cualquier procedimiento nacional utilizado a efectos de la preparación o la adopción de una medida normativa o administrativa de las mencionadas en el apartado 1 estará sujeta a plazos claros establecidos de antemano.
3. Sin perjuicio y como añadido a su derecho a la tutela judicial efectiva, cualquier prestador de servicios de medios de comunicación sujeto a una medida administrativa o normativa de las mencionadas en el apartado 1 que le afecte de forma individual y directa tendrá el derecho a recurrir dicha medida ante un órgano de apelación. Dicho órgano será independiente de las partes implicadas y de cualquier intervención externa o presión política que pueda poner en riesgo su evaluación independiente de los asuntos que se le remitan. Contará con los conocimientos especializados adecuados para poder llevar a cabo sus funciones de forma eficaz.
4. El Comité, a solicitud de la Comisión, redactará un dictamen cuando una medida legislativa, normativa o administrativa nacional pueda afectar al funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación. Tras el dictamen del Comité, y sin perjuicio de sus competencias con arreglo a los Tratados, la Comisión podrá emitir su propio dictamen sobre el asunto. Los dictámenes del Comité y, cuando proceda, de la Comisión se harán públicos.
5. Cuando una autoridad u organismo nacional adopte una medida que afecte de forma individual y directa a un prestador de servicios de medios de comunicación y pueda afectar al funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación, comunicará, a solicitud del Comité y, cuando proceda, de la Comisión, sin demora indebida y por medios electrónicos, cualquier información pertinente, incluidos el resumen de los hechos, la medida, los motivos en los que la autoridad u organismo nacional ha fundamentado la medida y, cuando proceda, los puntos de vista de otras autoridades implicadas.

Artículo 21

Evaluación de las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación

1. Los Estados miembros establecerán en sus sistemas jurídicos nacionales normas sustantivas y procedimentales que garanticen una evaluación de las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación que puedan tener repercusiones significativas sobre el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial. Dichas normas:
 - a) serán transparentes, objetivas, proporcionadas y no discriminatorias;
 - b) exigirán a las partes en una concentración en el mercado de los medios de comunicación que pueda tener repercusiones significativas sobre el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial que notifiquen dicha concentración de antemano a las autoridades u organismos nacionales pertinentes;
 - c) designarán a la autoridad u organismo regulador nacional como responsable de la evaluación de las repercusiones de una concentración sujeta a notificación sobre el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial o garantizarán la participación de la autoridad u organismo regulador nacional en dicha evaluación;

- d) establecerán de antemano criterios objetivos, no discriminatorios y proporcionados para la notificación de las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación que podrían tener repercusiones significativas sobre el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial, así como para la evaluación de las repercusiones de las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación sobre el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial.

La evaluación a que se refiere el presente apartado será diferente de las evaluaciones en virtud del Derecho de la competencia, incluidas las previstas en las normas relativas al control de las fusiones. Esto se entenderá sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 21, apartado 4, del Reglamento (CE) n.º 139/2004, cuando sea de aplicación.

2. En la evaluación a que se refiere el apartado 1 se tendrán en cuenta los elementos siguientes:
 - a) las repercusiones de la concentración sobre el pluralismo de los medios de comunicación, incluidos sus efectos en la formación de la opinión pública y en la diversidad de los actores en el mercado de los medios de comunicación, teniendo en cuenta el entorno en línea y los intereses y vínculos de las partes, así como sus actividades en otros negocios, tengan o no relación con los medios de comunicación;
 - b) las salvaguardias de la independencia editorial, incluidas las repercusiones de la concentración sobre el funcionamiento de los equipos editoriales y la existencia de medidas tomadas por los prestadores de servicios de medios de comunicación con el fin de garantizar la independencia de las decisiones editoriales individuales;
 - c) si, en caso de no haberse producido la concentración, la entidad adquirente y la adquirida habrían seguido siendo económicamente sostenibles, y si existen posibles alternativas que garanticen su sostenibilidad económica.
3. La Comisión, asistida por el Comité, podrá emitir orientaciones sobre los factores que las autoridades u organismos reguladores nacionales deben tener en cuenta en la aplicación de los criterios de evaluación de las repercusiones de las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación sobre el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial.
4. La autoridad u organismo regulador nacional consultará al Comité con antelación sobre cualquier dictamen o decisión que pretenda adoptar en relación con la evaluación de las repercusiones sobre el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial de una concentración sujeta a notificación en el mercado de los medios de comunicación cuando esas concentraciones puedan afectar al funcionamiento del mercado interior.
5. En el plazo de catorce días naturales desde la recepción de la consulta a que se refiere el apartado 4, el Comité redactará un dictamen sobre la propuesta de dictamen o decisión nacional que se le haya remitido, teniendo en cuenta los elementos a que hace referencia el apartado 2, y transmitirá ese dictamen a la autoridad consultante y a la Comisión.
6. La autoridad u organismo regulador nacional a que hace referencia el apartado 4 tendrá en cuenta en grado sumo el dictamen a que hace referencia el apartado 5. Cuando esa autoridad no siga el dictamen, total o parcialmente, facilitará al Comité y a la Comisión una motivación justificada que explique su postura en el plazo de

treinta días naturales desde la recepción de dicho dictamen. Sin perjuicio de sus competencias con arreglo a los Tratados, la Comisión podrá emitir su propio dictamen sobre el asunto.

Artículo 22

Dictámenes sobre las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación

1. En ausencia de una evaluación o una consulta con arreglo al artículo 21, el Comité, a solicitud de la Comisión, redactará un dictamen acerca de las repercusiones de una concentración en el mercado de los medios de comunicación sobre el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial, cuando una concentración en el mercado de los medios de comunicación pueda afectar al funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación. El Comité basará su dictamen en los elementos establecidos en el artículo 21, apartado 2. El Comité llamará la atención de la Comisión sobre las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación que puedan afectar al funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación.
2. Tras el dictamen del Comité, y sin perjuicio de sus competencias con arreglo a los Tratados, la Comisión podrá emitir su propio dictamen sobre el asunto.
3. Los dictámenes del Comité y, cuando proceda, de la Comisión se harán públicos.

Sección 6

Asignación transparente y equitativa de los recursos económicos

Artículo 23

Medición de la audiencia

1. Los sistemas y metodologías de medición de la audiencia cumplirán los principios de transparencia, imparcialidad, inclusividad, proporcionalidad, no discriminación y verificabilidad.
2. Sin perjuicio de la protección de los secretos comerciales de las empresas, los proveedores de sistemas propios de medición de la audiencia facilitarán, sin demora indebida y sin coste alguno, a los prestadores de servicios de medios de comunicación y a los anunciantes, así como a los terceros autorizados por los prestadores de servicios de medios de comunicación y los anunciantes, información exacta, detallada, exhaustiva, inteligible y actualizada sobre la metodología utilizada por sus sistemas de medición de la audiencia. Esta disposición no afectará a la protección de datos y a las normas de privacidad de la Unión.
3. Las autoridades u organismos reguladores nacionales promoverán la redacción de códigos de conducta por parte de los proveedores de sistemas de medición de la audiencia, junto con los prestadores de servicios de medios de comunicación, las organizaciones que los representan y cualquier otra parte interesada, que pretendan contribuir al cumplimiento de los principios a que se refiere el apartado 1, entre otros medios promoviendo las auditorías independientes y transparentes.
4. La Comisión, asistida por el Comité, podrá emitir orientaciones sobre la aplicación práctica de los apartados 1, 2 y 3 del presente artículo.

5. El Comité fomentará el intercambio de mejores prácticas relacionadas con la implantación de sistemas de medición de la audiencia mediante un diálogo regular entre representantes de las autoridades u organismos reguladores nacionales, representantes de los proveedores de sistemas de medición de la audiencia y otras partes interesadas.

Artículo 24

Asignación de la publicidad estatal

1. Los fondos públicos o cualquier otra remuneración o ventaja concedida por las autoridades públicas a los prestadores de servicios de medios de comunicación a efectos de publicidad se concederán conforme a criterios transparentes, objetivos, proporcionados y no discriminatorios y mediante procedimientos abiertos, proporcionados y no discriminatorios. El presente artículo no afectará a las normas sobre contratación pública.
2. Las autoridades públicas, incluidos los gobiernos nacionales, federales o regionales, las autoridades u organismos reguladores, las empresas de propiedad pública u otras entidades controladas por los poderes públicos a escala nacional o regional, o los gobiernos locales de entidades territoriales que superen el millón de habitantes, publicarán anualmente información exacta, exhaustiva, inteligible y detallada sobre su gasto en publicidad asignado a los prestadores de servicios de medios de comunicación, que incluirá al menos los datos siguientes:
 - a) las denominaciones legales de los prestadores de servicios de medios de comunicación de los que se hayan adquirido servicios de publicidad;
 - b) el importe total anual desembolsado, así como los importes desembolsados para cada prestador de servicios de medios de comunicación.
3. Las autoridades u organismos reguladores nacionales efectuarán un seguimiento de la asignación de la publicidad estatal en los mercados de medios de comunicación. Con el fin de evaluar la exactitud de la información sobre la publicidad estatal facilitada con arreglo al apartado 2, las autoridades u organismos reguladores nacionales podrán solicitar de las entidades a que se refiere el apartado 2 más información, en particular información sobre la aplicación de los criterios a que se refiere el apartado 1.
4. La asignación de los recursos estatales a los prestadores de servicios de medios de comunicación a efectos de adquirir de ellos bienes o servicios distintos de la publicidad estatal estará sujeta a los requisitos establecidos en el apartado 1. El presente artículo no afectará a la aplicación de las normas sobre ayudas estatales.

Capítulo IV - Disposiciones finales

Artículo 25

Actividad de seguimiento

1. La Comisión garantizará un seguimiento independiente del mercado interior de los servicios de medios de comunicación, incluidos los riesgos y los avances en relación con su funcionamiento y resiliencia. Las conclusiones de la actividad de seguimiento se someterán a consulta con el Comité.

2. La Comisión definirá los indicadores clave de rendimiento que deben usarse en el seguimiento a que se refiere el apartado 1, en consulta con el Comité.
3. La actividad de seguimiento incluirá:
 - a) un análisis detallado de la resiliencia de los mercados de medios de comunicación de todos los Estados miembros, que examine el nivel de concentración de los medios de comunicación y los riesgos de manipulación informativa e interferencia extranjeros;
 - b) una visión general y una evaluación prospectiva de la resiliencia del mercado interior de los servicios de medios de comunicación en su conjunto;
 - c) una visión general de las medidas tomadas por los prestadores de servicios de medios de comunicación con vistas a garantizar la independencia de las decisiones editoriales individuales.
4. El seguimiento se llevará a cabo anualmente, y sus resultados se harán públicos.

Artículo 26

Evaluación e informes

1. A más tardar el [cuatro años desde la entrada en vigor del presente Reglamento], y cada cuatro años a partir de entonces, la Comisión evaluará el presente Reglamento y elevará un informe al Parlamento Europeo, al Consejo y al Comité Económico y Social Europeo.
2. A los efectos del apartado 1 y previa solicitud, los Estados miembros y el Comité enviarán información pertinente a la Comisión.
3. Al llevar a cabo las evaluaciones a que se refiere el apartado 1, la Comisión tendrá en cuenta:
 - a) las posturas y conclusiones del Parlamento Europeo, el Consejo y otros organismos y fuentes pertinentes;
 - b) los resultados de los debates pertinentes celebrados en foros pertinentes;
 - c) los documentos pertinentes elaborados por el Comité;
 - d) las conclusiones de la actividad de seguimiento a que se refiere el artículo 25;

Artículo 27

Modificaciones de la Directiva 2010/13/UE

1. Se suprime el artículo 30 *ter* de la Directiva 2010/13/UE.
2. Las referencias al artículo 30 *ter* de la Directiva 2010/13/UE se entenderán hechas al artículo 12 del presente Reglamento.
3. Las referencias en el Derecho de la Unión al Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA) se entenderán hechas al Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación (el Comité).

Artículo 28

Entrada en vigor y aplicación

1. El presente Reglamento entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el *Diario Oficial de la Unión Europea*.
2. El presente Reglamento será aplicable a partir del [seis meses después de la fecha de su entrada en vigor].

No obstante lo anterior, los artículos 7 a 12 y el artículo 27 serán aplicables a partir del [tres meses después de la fecha de entrada en vigor] y el artículo 19, apartado 2, será aplicable a partir del [cuarenta y ocho meses después de la fecha de entrada en vigor].
3. El presente Reglamento será obligatorio en todos sus elementos y directamente aplicable en cada Estado miembro.

Hecho en Bruselas, el

Por el Parlamento Europeo
La Presidenta

Por el Consejo
El Presidente

FICHA FINANCIERA LEGISLATIVA

1. MARCO DE LA PROPUESTA/INICIATIVA

- 1.1. Denominación de la propuesta/iniciativa
- 1.2. Ámbito(s) político(s) afectado(s)
- 1.3. La propuesta/iniciativa se refiere a
- 1.4. Objetivo(s)
- 1.5. Justificación de la propuesta/iniciativa
- 1.6. Duración e incidencia financiera de la propuesta/iniciativa
- 1.7. Modo(s) de gestión previsto(s)

2. MEDIDAS DE GESTIÓN

- 2.1. Disposiciones en materia de seguimiento e informes
- 2.2. Sistema(s) de gestión y de control
- 2.3. Medidas de prevención del fraude y de las irregularidades

3. INCIDENCIA FINANCIERA ESTIMADA DE LA PROPUESTA/INICIATIVA

- 3.1. Rúbrica(s) del marco financiero plurianual y línea(s) presupuestaria(s) de gastos afectada(s)
- 3.2. Incidencia financiera estimada de la propuesta en los créditos
- 3.3. Incidencia estimada en los ingresos

FICHA FINANCIERA LEGISLATIVA

1. MARCO DE LA PROPUESTA/INICIATIVA

1.1. Denominación de la propuesta/iniciativa

Reglamento por el que se establece un marco común para los servicios de medios de comunicación en el mercado interior (Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación) y se modifica la Directiva 2010/13/UE

1.2. Ámbito(s) político(s) afectado(s)

- Mercado interior
- Invertir en las personas, la cohesión social y los valores
- Un nuevo impulso para la democracia de la UE

1.3. La propuesta/iniciativa se refiere a:

- una acción nueva
- una acción nueva a raíz de un proyecto piloto / una acción preparatoria⁵⁹
- la prolongación de una acción existente
- una fusión o reorientación de una o más acciones hacia otra/una nueva acción

1.4. Objetivo(s)

1.4.1. Objetivo(s) general(es)

El objetivo general de la intervención es mejorar el funcionamiento del mercado interior de los medios de comunicación. La mejora del funcionamiento del mercado interior de los medios de comunicación fomentará la prestación de servicios de medios de comunicación de calidad y, de esa forma, reforzará la integridad del mercado interior en su conjunto. Un reglamento que establezca normas comunes, fundamentado en un marco de cooperación estructurado para los reguladores de los medios de comunicación en el seno de un Comité compuesta por representantes de las autoridades u organismos independientes nacionales pertinentes, alcanzará este objetivo.

1.4.2. Objetivo(s) específico(s)

Fomentar la actividad y la inversión transfronterizas en el mercado interior de los medios de comunicación

El objetivo es facilitar a los actores en el mercado de los medios de comunicación la ampliación de sus operaciones a través del mercado interior, aumentando gradualmente las inversiones transfronterizas en términos de su número y su valor. A tal fin, la iniciativa buscaría coordinar determinados elementos de los divergentes marcos nacionales relativos al pluralismo de los medios de comunicación y así facilitar la prestación de servicios transfronterizos. En particular, tendrá por objeto garantizar que, al evaluar las operaciones en el mercado de los medios de comunicación, las autoridades independientes nacionales abordan el pluralismo de los medios de comunicación de modo coherente en todo el mercado de los medios de

⁵⁹

Tal como se contempla en el artículo 58, apartado 2, letras a) o b), del Reglamento Financiero.

comunicación de la UE, en virtud de criterios comunes y de la coordinación a escala de la UE.

Aumentar la cooperación y la convergencia normativas en el mercado interior de los medios de comunicación

El objetivo es reforzar la cooperación normativa para aplicar mejor el marco de la UE en materia de medios de comunicación en el contexto transfronterizo y fomentar la convergencia normativa mediante dictámenes y orientaciones con alcance en toda la Unión, de forma que se promuevan enfoques coherentes en relación con la independencia y el pluralismo de los medios de comunicación, incluido el entorno en línea. El objetivo es, asimismo, facilitar herramientas para una actuación colectiva (a escala de la UE) de los reguladores independientes a fin de proteger el mercado interno de la UE frente a prestadores de servicios (incluidos los de terceros países) que no respeten las normas de la UE en materia de medios de comunicación.

Facilitar la libre prestación de servicios de medios de comunicación de calidad en el mercado interior

El objetivo es garantizar que los consumidores y las empresas se beneficien de contenidos fiables ofrecidos por medios de comunicación independientes en un mercado de servicios de medios de comunicación cada vez más digital e intrínsecamente transfronterizo. Con el fin de fomentar la prestación de servicios de medios de comunicación de calidad en el mercado interior, la iniciativa tratará de mitigar la tendencia de injerencias públicas y privadas indebidas en la libertad editorial. Mejorará la transparencia en cuanto a la propiedad específica de los medios de comunicación, con vistas a reforzar la rendición de cuentas y la transparencia de los medios de comunicación. Asimismo, tratará de promover la autorregulación para el funcionamiento independiente de las empresas de medios de comunicación. Además, la iniciativa tratará de garantizar que los periodistas puedan trabajar sin interferencias, en particular en lo que respecta a la protección de sus fuentes.

Garantizar una asignación transparente y equitativa de los recursos económicos en el mercado interior de los medios de comunicación

El objetivo es garantizar la igualdad de condiciones de competencia entre los actores en el mercado de los medios de comunicación mediante la promoción de una asignación transparente y equitativa de los recursos económicos. Dicho objetivo se lograría aumentando la transparencia, la no discriminación, la proporcionalidad, la objetividad y la inclusividad de los métodos de medición de las audiencias, en particular en línea. También se trataría de garantizar la transparencia, la no discriminación, la proporcionalidad y la objetividad de la publicidad estatal en los medios de comunicación, con el fin de minimizar los riesgos de favorecer a los medios proclives al gobierno o de usar el apoyo público para intereses partidistas, en perjuicio de otros actores en el mercado, y de ese modo promover la competencia leal en el mercado interior de los medios de comunicación.

1.4.3. Resultado(s) e incidencia esperados

La previsión es que un reglamento y una recomendación a las empresas de medios de comunicación y a los Estados miembros en pro del fomento de la independencia de los medios de comunicación, sustentada sobre una estructura de gobernanza consistente en un Comité asistido por una secretaría de la Comisión, mejorarán el funcionamiento del mercado interior de los medios de comunicación mediante la aproximación de las normas y enfoques nacionales en ámbitos relacionados con el

pluralismo de los medios de comunicación, de una forma eficiente, coherente, proporcionada y altamente eficaz.

La modelización financiera para la evaluación de impacto que acompaña a la propuesta estima los beneficios económicos netos, en términos de incremento de los ingresos, en 2 885 millones EUR el primer año y 2 898,1 millones EUR los años posteriores. Los actores en el mercado de los medios de comunicación percibirán beneficios normativos directos.

El sector audiovisual se beneficiará especialmente de la introducción de requisitos comunes para las normas nacionales relativas al pluralismo de los medios de comunicación y los procedimientos de control del mercado y aprovechará economías de escala en el seno de un mercado interior de los medios de comunicación que funcione mejor y sea más predecible, más coherente y menos proteccionista.

Los radiodifusores y los prestadores de contenidos de noticias (audiovisuales), así como las entidades no nacionales, que tienen más probabilidades de sufrir la fragmentación normativa, podrán ampliar sus actividades en otros Estados miembros.

Los radiodifusores y empresas de prensa que sigan las recomendaciones sobre las salvaguardias a la independencia editorial reforzarán dicha independencia y aumentarán su libertad de tomar decisiones sin injerencias públicas o privadas, aumentando la pluralidad de voces u opiniones expresadas y de cuestiones analizadas en los contenidos de sus medios de comunicación. Los periodistas también aumentarán su independencia con respecto a los propietarios de medios de comunicación debido al mayor uso de esas salvaguardias dentro de las empresas de medios de comunicación.

Una mayor transparencia en cuanto a la propiedad de los medios de comunicación y, en particular, en cuanto a los intereses de las otras empresas de los propietarios mejorará la competencia leal, especialmente en el sector de la prensa (que engloba a los medios de comunicación escritos y en línea), para el que los Estados miembros no suelen contar con instrumentos específicos de transparencia, como registros de medios de comunicación.

Unos sistemas de medición de la audiencia en línea más transparentes reducirán los falseamientos del mercado, reforzarán en mayor medida la igualdad de condiciones de competencia entre los prestadores de servicios de medios de comunicación y los actores en línea y beneficiarán especialmente a los servicios de medios de comunicación audiovisuales y a la prensa en línea, así como a los anunciantes en línea. También se beneficiarán los periodistas, ya que entenderán mejor la forma en que los participantes en línea miden las audiencias de los servicios de medios de comunicación. Las medidas sobre transparencia y equidad de la publicidad estatal reducirán los falseamientos del mercado y asegurarán que una gama más amplia de medios de comunicación tengan acceso a esa fuente de ingresos.

Las pymes se beneficiarán de una mayor certeza y unos menores costes legales. Además, el acceso potencialmente superior a la publicidad estatal representará una oportunidad proporcionalmente mayor para las empresas pequeñas. De modo similar, las pymes se encuentran en una posición particularmente débil con respecto a los actores en línea en lo que respecta a la medición de la audiencia en línea, por lo que la iniciativa contribuirá a equilibrar las condiciones para las pymes a la hora de competir por los ingresos de la publicidad.

1.4.4. *Indicadores de resultados*

Indicadores propuestos y resultados esperados	Valor de referencia
<p>Indicador: número y valor de las inversiones transfronterizas en los mercados de medios de comunicación de los Estados miembros de la EU-27 (anual)</p> <p>Resultado esperado: incremento gradual en el número y valor de las inversiones transfronterizas</p>	<p>Inversiones 2013-2021 de los inversores:</p> <ul style="list-style-type: none"> - UE: 478 operaciones - de fuera de la UE: 389 operaciones <p>Valor del 60 % de las operaciones: 84 000 millones EUR</p>
<p>Indicador: número de dictámenes del Comité sobre las decisiones de control del mercado nacional de los medios de comunicación tomadas en cuenta por la autoridad nacional pertinente (anual)</p> <p>Resultado esperado: porcentaje de dictámenes del Comité tomados en cuenta por los Estados miembros</p>	<p>n/d</p>
<p>Indicador: porcentaje de casos resueltos por el Comité con arreglo al mecanismo de cooperación y el mecanismo de asistencia mutua (anual)</p> <p>Resultado esperado: porcentaje de casos resueltos por el Comité</p>	<p>n/d</p>
<p>Indicador: número de documentos de orientación / informes elaborados por la Comisión y/o por el Comité, según el caso, en ámbitos normativos clave para el pluralismo de los medios de comunicación (cada tres años)</p> <p>Resultado esperado: aumento del número de ámbitos pertinentes para el pluralismo de los medios de comunicación cubiertos por las orientaciones/informes a escala de la UE</p>	<p>n/d</p>
<p>Indicador: puntuación de riesgos (anual) en relación con:</p> <ul style="list-style-type: none"> - la independencia política de los medios de comunicación - la autonomía editorial - la independencia de la gobernanza de los medios de comunicación de servicio público - la influencia comercial y del propietario sobre el contenido editorial - la protección de las fuentes periodísticas - la transparencia en cuanto a la propiedad de los medios de comunicación <p>Resultado esperado: reducción gradual en las puntuaciones de riesgos</p>	<p>Puntuaciones de riesgos respectivas en el MPM de 2021:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 54 % - 55 % - 50 % - 60 % - 16 % - 58 %

<p>Indicador: número de Estados miembros con organismos de autorregulación de los medios de comunicación (anual)</p> <p>Resultado esperado: incremento gradual en el número de Estados miembros con organismos de autorregulación</p>	16
<p>Indicador: confianza de los ciudadanos en los medios de comunicación (bianual)</p> <p>Resultado esperado: incremento gradual de la confianza en los medios de comunicación</p>	<p>Porcentaje de encuestados que confía en los medios de comunicación siguientes:</p> <p>58 %: radio</p> <p>51 %: televisión</p> <p>51 %: prensa</p> <p>35 %: internet</p>
<p>Indicador: número de casos relacionados con el incumplimiento de los principios de los sistemas de medición de la audiencia (anual)</p> <p>Resultado esperado: reducción gradual de los sistemas de medición de la audiencia que no cumplen el nuevo marco de la UE</p>	Nielsen: el 61 % de los comercializadores afirman tener acceso a los datos de calidad sobre la audiencia que necesitan para aprovechar al máximo sus presupuestos para medios de comunicación
<p>Indicador: puntuación de riesgos (anual) en relación con la distribución de la publicidad estatal</p> <p>Resultado esperado: reducción gradual en la puntuación de riesgos</p>	Puntuación de riesgo en el MPM de 2021 en relación con la publicidad estatal: 70 %

1.5. Justificación de la propuesta/iniciativa

1.5.1. Necesidad(es) que debe(n) satisfacerse a corto o largo plazo, incluido un calendario detallado del despliegue de la aplicación de la iniciativa

La mayoría de las disposiciones del Reglamento serán directamente aplicables a partir de los seis meses desde su entrada en vigor. De cara a preparar el terreno para una aplicación correcta de la Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación, sus disposiciones sobre las autoridades independientes en materia de medios de comunicación y el Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación, así como la modificación correspondiente de la Directiva sobre Servicios de Comunicación Audiovisual, serán ya aplicables a partir de los tres meses desde la entrada en vigor de la Ley. Así se garantizará que el Comité se instaure a tiempo para garantizar una aplicación adecuada del Reglamento.

El Comité sustituirá y sucederá al Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA), establecido por la Directiva sobre Servicios de Comunicación Audiovisual. Se modifica su denominación para reflejar un mandato más amplio, en el que se le han encomendado funciones adicionales y se le presta apoyo con más recursos (en particular, más efectivos en el seno de la Comisión, DG CNECT). La Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación garantizará que todas las referencias al Grupo de Entidades Reguladoras para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA) en el Derecho de la UE, y en particular en la Directiva sobre Servicios de Comunicación Audiovisual, se entiendan hechas al Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación (en lo sucesivo, «el Comité»).

Como actualmente sucede con el ERGA, el Comité estará asistido en sus actividades por una secretaría, facilitada por la Comisión. La secretaría continuará ubicada en la DG CNECT. La secretaría facilitará apoyo administrativo y organizativo al Comité. Los recursos previstos para la secretaría con arreglo al Reglamento le permitirán asistir al Comité en el ejercicio de sus funciones. La secretaría del Comité se establecerá durante los primeros dos años de la aplicación, con inicio en 2024, y su capacidad de personal plena se alcanzará en 2025.

En apoyo de la aplicación de la Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación, se prevé que la DG CNECT contrate estudios externos. Dichos estudios también podrán usarse para apoyar las actividades del Comité y dar soporte a su trabajo. El presupuesto anual pertinente para esos estudios estará disponible desde el inicio previsto de la aplicación, en 2024, mediante redistribución procedente del programa Europa Creativa.

- 1.5.2. *Valor añadido de la intervención de la Unión (puede derivarse de distintos factores, como mejor coordinación, seguridad jurídica, mejora de la eficacia o complementariedades). A efectos del presente punto, se entenderá por «valor añadido de la intervención de la Unión» el valor resultante de una intervención de la Unión que viene a sumarse al valor que se habría generado de haber actuado los Estados miembros de forma aislada*

Motivos para actuar en el ámbito europeo (*ex ante*): la iniciativa tiene por objeto garantizar un mejor funcionamiento del mercado interior de los medios de comunicación mediante el aumento de la seguridad jurídica y la eliminación de los obstáculos al mercado interior. Las normas establecerán mecanismos para incrementar la transparencia, la independencia y la rendición de cuentas de las medidas y acciones que afecten al mercado de los medios de comunicación, la libertad y el pluralismo dentro de la UE.

Valor añadido de la Unión que se prevé generar (*ex post*): la evaluación de impacto que acompaña a la presente propuesta indica que la intervención reduciría la carga soportada por los participantes en el mercado por el cumplimiento de los diferentes regímenes jurídicos nacionales cuando operan en Estados miembros diferentes. También aumentaría la predictibilidad y seguridad jurídica para los participantes en el mercado de los medios de comunicación, promoviendo con ello la competencia leal y la inversión transfronteriza. Asimismo, permitiría una respuesta coordinada de los reguladores de los medios de comunicación en los asuntos que afectan al espacio de información de la UE. Los beneficios económicos netos, en términos de incremento de los ingresos, se estiman en 2 885 millones EUR el primer año y 2 898 millones EUR los años posteriores. Al establecer un marco común de la UE de fomento de la actividad transfronteriza, reforzar la cooperación entre los reguladores, promover la oferta de contenidos de calidad por parte de los medios de comunicación y hacer frente a prácticas que falsean la competencia, la iniciativa crearía condiciones más favorables para el desarrollo de servicios de medios de comunicación a través de las fronteras e incrementaría la capacidad de elección de contenidos de calidad para los consumidores. Con ello se reforzará el mercado interior de los medios de comunicación a la vez que se promueven la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación, protegidos en virtud de la Carta de los Derechos Fundamentales.

1.5.3. *Principales conclusiones extraídas de experiencias similares anteriores*

La presente propuesta se fundamenta en las experiencias de la Comisión con la Directiva sobre Servicios de Comunicación Audiovisual, que se revisó por última vez en 2018 y aún está pendiente de transposición en algunos Estados miembros. Aunque aún no hay una evaluación plena de la Directiva sobre Servicios de Comunicación Audiovisual revisada, la Directiva contiene una serie de medidas normativas en materia de medios de comunicación relacionadas con la protección de los consumidores y la promoción de los intereses públicos, como la diversidad cultural. No obstante, está limitada a los servicios de medios de comunicación audiovisuales y no trata cuestiones como el pluralismo y la independencia de los medios de comunicación (más allá de la independencia de las autoridades y organismos reguladores nacionales), que deben abordarse mediante la intervención. Las principales conclusiones extraídas pertinentes son la alta probabilidad de que un reglamento alcance los resultados deseados de la intervención mucho más rápidamente que una directiva y la necesidad de una estructura de apoyo institucional con mejor dotación de recursos para una regulación eficaz y coherente en materia de medios de comunicación.

1.5.4. *Compatibilidad con el marco financiero plurianual y posibles sinergias con otros instrumentos adecuados*

Esta propuesta figura en el epígrafe «Un nuevo impulso a la democracia europea» del programa de trabajo de la Comisión para 2022.

La Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación complementará el marco pertinente que incluye las normas sobre derechos de autor, la Directiva sobre Servicios de Comunicación Audiovisual revisada y las recientemente adoptadas Ley de Servicios Digitales y Ley de Mercados Digitales. En el ámbito de la transparencia en lo que respecta a la propiedad, generará sinergias con la Directiva antiblanqueo y la Directiva sobre el Derecho de Sociedades de la UE. En lo que respecta a las fuentes periodísticas, la Ley añadirá una salvaguardia específica sólida frente a la instalación de programas espía en los dispositivos utilizados por los prestadores de servicios de medios de comunicación o sus empleados, basada en las protecciones que ya disponen la Directiva 2002/58/CE, la Directiva 2016/680/UE y la Directiva 2013/40/UE.

La Ley es plenamente compatible con las acciones de financiación adoptadas con arreglo al marco financiero plurianual, el programa Europa Creativa, en particular en lo que respecta al seguimiento y la defensa de la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación y las asociaciones de periodistas.

1.5.5. *Evaluación de las diferentes opciones de financiación disponibles, en particular, posibilidades de reasignación*

Sobre la base de la experiencia adquirida con el trabajo de la ERGA y su secretaría, el apoyo de la Comisión al nuevo Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación, en particular facilitando la secretaría del Comité, se estima en una cifra de EJC de entre 8 y 10. En la evaluación de impacto que acompaña a la propuesta se han tomado en consideración otras posibles opciones.

El coste de los estudios adicionales que la Comisión debe contratar se estima en hasta 1 millón EUR por año.

El funcionamiento del Comité, en particular el reembolso de los gastos de viaje, tendrá un coste estimado de aproximadamente 150 000-200 000 EUR al año.

Los costes administrativos recurrentes para las autoridades reguladoras nacionales por su participación en el Comité (como los salarios del personal empleado con ese fin) los cubrirían las propias autoridades reguladoras nacionales, como sucede actualmente con el ERGA y las entidades análogas.

Los gastos por las actividades del ERGA y la contratación de los estudios relativos a la Directiva sobre Servicios de Comunicación Audiovisual se financian actualmente con cargo al capítulo sobre el programa Media de Europa Creativa.

El capítulo Intersectorial del programa Europa Creativa tiene por objeto «promover actividades transectoriales orientadas a la adaptación a los cambios estructurales a los que se enfrenta el sector de los medios de comunicación, en particular propiciando un entorno mediático libre, diverso y pluralista, un periodismo de calidad y la alfabetización mediático, incluido en el entorno digital» [artículo 7, apartado 1, letra c), del Reglamento (UE) 2021/818 sobre el programa Europa Creativa].

Por tanto, el capítulo Intersectorial será la fuente de financiación de los costes relacionados con el funcionamiento del Comité, cuyo mandato afectará a diferentes tipos de participantes en el mercado de los medios de comunicación en el sector audiovisual y otros sectores de medios de comunicación.

La fuente de financiación de los estudios dependerá del objeto de los mismos: los que se ocupen de cuestiones audiovisuales simplemente seguirán financiados por el capítulo del programa Media de Europa Creativa, mientras que otros estudios requeridos se financiarán con cargo al capítulo Intersectorial.

1.6. Duración e incidencia financiera de la propuesta/iniciativa

duración limitada

- en vigor desde [el] [DD.MM]AAAA hasta [el] [DD.MM]AAAA
- incidencia financiera desde AAAA hasta AAAA para los créditos de compromiso y desde AAAA hasta AAAA para los créditos de pago.

duración ilimitada

- Ejecución con una fase de puesta en marcha desde 2024 hasta 2025,
- y pleno funcionamiento a partir de la última fecha.

1.7. Modo(s) de gestión previsto(s)

Gestión directa por la Comisión

- por sus departamentos, incluido su personal en las delegaciones de la Unión;
- por las agencias ejecutivas

Gestión compartida con los Estados miembros

Gestión indirecta mediante delegación de tareas de ejecución presupuestaria en:

- terceros países o los organismos que estos hayan designado;
 - organizaciones internacionales y sus agencias (especifíquense);
 - el BEI y el Fondo Europeo de Inversiones;
 - los organismos a que se hace referencia en los artículos 70 y 71 del Reglamento Financiero;
 - organismos de Derecho público;
 - organismos de Derecho privado investidos de una misión de servicio público, en la medida en que presenten garantías financieras suficientes;
 - organismos de Derecho privado de un Estado miembro a los que se haya encomendado la ejecución de una colaboración público-privada y que presenten garantías financieras suficientes;
 - personas a quienes se haya encomendado la ejecución de acciones específicas en el marco de la política exterior y de seguridad común (PESC), de conformidad con el título V del Tratado de la Unión Europea, y que estén identificadas en el acto de base correspondiente.
- *Si se indica más de un modo de gestión, facilítense los detalles en el recuadro de observaciones.*

Observaciones

--

2. MEDIDAS DE GESTIÓN

2.1. Disposiciones en materia de seguimiento e informes

Tras la adopción del instrumento legislativo, los Estados miembros tendrán un plazo de entre tres y seis meses para adaptar sus marcos nacionales, cuando proceda. Su primera evaluación tendrá lugar cuatro años después de la entrada en vigor de las nuevas normas, y se llevarán a cabo nuevas evaluaciones posteriores cada cuatro años. El seguimiento por parte de la Comisión contará con el apoyo del Comité.

También se prevé un mecanismo específico de seguimiento para la recomendación que acompaña a la propuesta. Dicho mecanismo combinará la presentación de informes específicos por parte de los Estados miembros y el nuevo mecanismo de seguimiento independiente de los riesgos para el funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación con arreglo al Reglamento.

2.2. Sistema(s) de gestión y de control

2.2.1. *Justificación del modo o los modos de gestión, el mecanismo o los mecanismos de aplicación de la financiación, las modalidades de pago y la estrategia de control propuestos*

Con arreglo a la Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación, el Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA) se transformará en el Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación. Promoverá la aplicación eficaz y coherente tanto de la Ley Europea de Libertad de los Medios de Comunicación como de la Directiva sobre Servicios de Comunicación Audiovisual en todos los Estados miembros. En consonancia con las funciones que le encomienda el Derecho de la Unión, el Comité, entre otras cosas, facilitará asesoramiento especializado sobre aspectos normativos, técnicos o prácticos de la normativa en materia de medios de comunicación, redactará dictámenes, coordinará actuaciones relacionadas con los prestadores de servicios (incluidos los de terceros países) que no cumplan las normas de la UE en materia de medios de comunicación y promoverá la cooperación y el intercambio efectivo de información, experiencia y mejores prácticas entre los reguladores.

A fin de garantizar que el Comité cumpla su mandato, se prevé que la Comisión mantenga un contacto estrecho con las autoridades u organismos reguladores nacionales pertinentes. Además, el Reglamento prevé que el presidente del Comité debe mantener informada a la Comisión sobre las actividades en curso y previstas del mismo. Además, se exige al Comité que consulte a la Comisión en preparación de su programa de trabajo y sus entregables principales, de conformidad con su reglamento interno.

En consonancia con las prácticas actuales y como reflejo de la opción estratégica elegida, la Comisión ejecutará la financiación prevista con cargo al programa Europa Creativa mediante gestión directa, cubierta por la estrategia de control respectiva. Los controles los llevará a cabo la DG CNECT.

2.2.2. *Información relativa a los riesgos identificados y al sistema o los sistemas de control interno establecidos para mitigarlos*

Con objeto de garantizar que el Comité cumpla el mandato que establece el presente Reglamento, se prevé una secretaría, facilitada por la Comisión. La secretaría asistirá al Comité en sus actividades, y facilitará apoyo administrativo y organizativo.

El sistema de control y apoyo previsto permite reducir los posibles riesgos. Dado que la Ley se basa en una estructura ya existente, y teniendo en cuenta la gestión directa de los recursos financieros correspondientes por parte de la Comisión, no se han detectado riesgos importantes.

Los controles forman parte del sistema de control interno de la DG CNECT.

- 2.2.3. *Estimación y justificación de la rentabilidad de los controles (ratio «gastos de control ÷ valor de los correspondientes fondos gestionados»), y evaluación del nivel esperado de riesgo de error (al pago y al cierre)*

Se utilizarán los sistemas y procedimientos de control interno de la DG CNECT, que son funcionales y eficientes en términos de costes. El objetivo es garantizar un porcentaje de error inferior al umbral de importancia relativa del 2 %.

2.3. Medidas de prevención del fraude y de las irregularidades

Las medidas vigentes de prevención del fraude aplicables a la Comisión cubrirán los créditos adicionales necesarios para el presente Reglamento.

3. INCIDENCIA FINANCIERA ESTIMADA DE LA PROPUESTA/INICIATIVA

3.1. Rúbrica(s) del marco financiero plurianual y línea(s) presupuestaria(s) de gastos afectada(s)

- Líneas presupuestarias existentes

Rúbrica del marco financiero plurianual	Línea presupuestaria	Tipo de gasto	Contribución			
	Número	CD/CND ⁶⁰	de países de la AELC ⁶¹	de países candidatos ⁶²	de terceros países	en el sentido del artículo 21, apartado 2, letra b), del Reglamento Financiero
2b	07.010401 – Gastos de apoyo a Europa Creativa	CND	SÍ	SÍ	SÍ	NO
2b	07.050300 – Europa Creativa: capítulo Intersectorial	CD	SÍ	SÍ	SÍ	NO
2b	07.050200 – Europa Creativa: capítulo Media	CD	SÍ	SÍ	SÍ	NO

- Nuevas líneas presupuestarias solicitadas

No

aplicable

⁶⁰ CD = créditos disociados / CND = créditos no disociados.

⁶¹ AELC: Asociación Europea de Libre Comercio.

⁶² Países candidatos y, en su caso, candidatos potenciales de los Balcanes Occidentales.

3.2. Incidencia financiera estimada de la propuesta en los créditos

3.2.1. Resumen de la incidencia estimada en los créditos de operaciones

- La propuesta/iniciativa no exige la utilización de créditos de operaciones
- La propuesta/iniciativa exige la utilización de créditos de operaciones, tal como se explica a continuación:

Los créditos se redistribuirán dentro de las dotaciones financieras asignadas al programa Media de Europa Creativa y al capítulo Intersectorial, así como a la línea presupuestaria de apoyo administrativo en el MFP 2021-2027.

En millones EUR (al tercer decimal)

Rúbrica del marco financiero plurianual	2b	COHESIÓN, RESILIENCIA Y VALORES
--	-----------	--

DG CNECT			2024	2025	2026	2027	Después de 2027	TOTAL
• Créditos de operaciones (reasignados dentro del programa Europa Creativa)								
07.050200 – Europa Creativa: capítulo Media	Compromisos	(1a)	0,500	0,500	0,500	0,500		2,000
	Pagos	(2a)	0,250	0,500	0,500	0,500	0,250	2,000
07.050300 – Europa Creativa: capítulo Intersectorial	Compromisos	(1b)	0,500	0,500	0,500	0,500		2,000
	Pagos	(2b)	0,250	0,500	0,500	0,500	0,250	2,000
Créditos de carácter administrativo financiados mediante la dotación de programas específicos ⁶³								
07.010401 – Gastos de apoyo a Europa Creativa		(3)	0,200	0,200	0,200	0,200		0,800
TOTAL créditos para la DG CNECT	Compromisos	=1a+1b+3	1,200	1,200	1,200	1,200		4,800
	Pagos	=2a+2b+3	0,700	1,200	1,200	1,200	0,500	4,800

⁶³ Asistencia técnica o administrativa y gastos de apoyo a la ejecución de programas o acciones de la UE (antiguas líneas «BA»), investigación indirecta, investigación directa.

• TOTAL de los créditos de operaciones	Compromisos	(4)	1,000	1,000	1,000	1,000		4,000
	Pagos	(5)	0,500	1,000	1,000	1,000	0,500	4,000
• TOTAL de los créditos de carácter administrativo financiados mediante la dotación de programas específicos		(6)	0,200	0,200	0,200	0,200		0,800
TOTAL créditos para la RÚBRICA 2b del marco financiero plurianual	Compromisos	=4+ 6	1,200	1,200	1,200	1,200		4,800
	Pagos	=5+ 6	0,700	1,200	1,200	1,200	0,500	4,800

Rúbrica del marco financiero plurianual	7	«Gastos administrativos»
--	----------	--------------------------

En millones EUR (al tercer decimal)

		2024	2025	2026	2027	Después de 2027	TOTAL
DG CNECT							
<input checked="" type="checkbox"/> Recursos humanos		0,644	1,288	1,288	1,288		4,508
<input type="checkbox"/> Otros gastos administrativos							
TOTAL para la DG CNECT	Créditos	0,644	1,288	1,288	1,288		4,508

TOTAL créditos para la RÚBRICA 7 del marco financiero plurianual	(Total de los compromisos = total de los pagos)	0,644	1,288	1,288	1,288		4,508
---	---	-------	-------	-------	-------	--	--------------

En millones EUR (al tercer decimal)

		2024	2025	2026	2027	Después de 2027	TOTAL
TOTAL créditos para las RÚBRICAS 1 a 7 del marco financiero plurianual	Compromisos	1,844	2,488	2,488	2,488		9,308
	Pagos	1,344	2,488	2,488	2,488	0,500	9,308

3.2.2. Resultados estimados financiados con créditos de operaciones

No

aplicable

3.2.3. Resumen de la incidencia estimada en los créditos administrativos

- La propuesta/iniciativa no exige la utilización de créditos de carácter administrativo.
- La propuesta/iniciativa exige la utilización de créditos administrativos, tal como se explica a continuación:

En millones EUR (al tercer decimal)

	2024	2025	2026	2027	Después de 2027	TOTAL
--	------	------	------	------	-----------------	-------

RÚBRICA 7 del marco financiero plurianual						
Recursos humanos	0,644	1,288	1,288	1,288		4,508
Otros gastos administrativos						
Subtotal para la RÚBRICA 7 del marco financiero plurianual	0,644	1,288	1,288	1,288		4,508

Al margen de la RÚBRICA 7⁶⁴ del marco financiero plurianual						
Recursos humanos						
Otros gastos administrativos						
Subtotal al margen de la RÚBRICA 7 del marco financiero plurianual						

TOTAL	0,644	1,288	1,288	1,288		4,508
--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--	--------------

Los créditos necesarios para recursos humanos y otros gastos de carácter administrativo se cubrirán mediante créditos de la DG ya asignados a la gestión de la acción y/o reasignados dentro de la DG, que se complementarán, en caso necesario, con cualquier dotación adicional que pudiera asignarse a la DG gestora en el marco del procedimiento de asignación anual y a la luz de los imperativos presupuestarios existentes.

⁶⁴ Asistencia técnica o administrativa y gastos de apoyo a la ejecución de programas o acciones de la UE (antiguas líneas «BA»), investigación indirecta, investigación directa.

Necesidades estimadas en recursos humanos

- La propuesta/iniciativa no exige la utilización de recursos humanos.
- La propuesta/iniciativa exige la utilización de recursos humanos, tal como se explica a continuación:

Estimación que debe expresarse en unidades de equivalente a jornada completa

	2024	2025	2026	2027
• Empleos de plantilla (funcionarios y personal temporal)				
20 01 02 01 (Sede y Oficinas de Representación de la Comisión)	3	6	6	6
20 01 02 03 (Delegaciones)				
01 01 01 01 (investigación indirecta)				
01 01 01 11 (investigación directa)				
Otras líneas presupuestarias (especifíquense)				
• Personal externo (en unidades de equivalente a jornada completa: EJC)⁶⁵				
20 02 01 (AC, ENCS, INT de la dotación global)	2	4	4	4
20 02 03 (AC, AL, ENCS, INT y JPD en las delegaciones)				
XX 01 xx yy zz ⁶⁶	- en la sede			
	- en las delegaciones			
01 01 01 02 (AC, ENCS, INT; investigación indirecta)				
01 01 01 12 (AC, INT, ENCS; investigación directa)				
Otras líneas presupuestarias (especifíquense)				
TOTAL	5	10	10	10

Las necesidades en materia de recursos humanos las cubrirá el personal de la DG ya destinado a la gestión de la acción y/o reasignado dentro de la DG, que se complementará, en caso necesario, con cualquier dotación adicional que pudiera asignarse a la DG gestora en el marco del procedimiento de asignación anual y a la luz de los imperativos presupuestarios existentes.

Descripción de las tareas que deben llevarse a cabo:

Funcionarios y agentes temporales	<p>Supervisión de la correcta aplicación de las obligaciones impuestas por el Reglamento a las empresas privadas, los Estados miembros y las autoridades y organismos reguladores nacionales que se reúnen en el Comité</p> <p>Representación de la Comisión en el Comité y participación con el Comité en sus actividades, incluidas las relacionadas con el programa de trabajo anual y el reglamento interno</p> <p>Gestión de los procedimientos con arreglo al Reglamento, en particular en lo que respecta a las funciones del Comité</p> <p>Apoyo al Comité en el ejercicio de sus funciones con arreglo al Reglamento</p> <p>Apoyo logístico y administrativo al Comité, en particular en lo que respecta a la organización cotidiana y la organización de reuniones</p> <p>Apoyo a la cooperación y la coordinación de las autoridades u organismos reguladores nacionales a escala de la UE</p> <p>Contratación y gestión de estudios externos relacionados con el Reglamento y las</p>
-----------------------------------	---

⁶⁵ AC = agente contractual; AL = agente local; ENCS = experto nacional en comisión de servicios; INT = personal de empresas de trabajo temporal («intérimaires»); JPD = joven profesional en delegación.

⁶⁶ Por debajo del límite de personal externo con cargo a créditos de operaciones (antiguas líneas «BA»).

	actividades del Comité
Personal externo	<p>Apoyo al Comité en el ejercicio de sus funciones con arreglo al Reglamento</p> <p>Apoyo logístico y administrativo al Comité, en particular en lo que respecta a la organización cotidiana y la organización de reuniones</p> <p>Apoyo a la cooperación y la coordinación de las autoridades u organismos reguladores nacionales a escala de la UE</p>

3.2.4. *Compatibilidad con el marco financiero plurianual vigente*

La propuesta/iniciativa:

- puede ser financiada en su totalidad mediante una redistribución dentro de la rúbrica correspondiente del marco financiero plurianual (MFP).

Los créditos se redistribuirán dentro de la dotación financiera asignada al programa Media de Europa Creativa y al capítulo Intersectorial, así como a la línea presupuestaria de apoyo administrativo en el MFP 2021-2027. No tendrá una incidencia significativa sobre ninguna otra actividad del programa, puesto que la absorción será uniforme en todas las acciones.

- requiere el uso del margen no asignado con cargo a la rúbrica pertinente del MFP y/o el uso de los instrumentos especiales tal como se define en el Reglamento del MFP.

- requiere una revisión del MFP.

3.2.5. *Contribución de terceros*

La propuesta/iniciativa:

- no prevé la cofinanciación por terceros
- prevé la cofinanciación por parte de terceros que se estima a continuación:

Créditos en millones EUR (al tercer decimal)

	Año N	Año N+1	Año N+2	Año N+3	Insértense tantos años como sea necesario para reflejar la duración de la incidencia (véase el punto 1.6)			Total
Especifíquese el organismo de cofinanciación								
TOTAL de los créditos cofinanciados								

3.3. Incidencia estimada en los ingresos

- La propuesta/iniciativa no tiene incidencia financiera en los ingresos.
- La propuesta/iniciativa tiene la incidencia financiera que se indica a continuación:
 - en los recursos propios
 - en otros ingresos
 - indíquese si los ingresos se asignan a las líneas de gasto

En millones EUR (al tercer decimal)

Línea presupuestaria de ingresos:	Créditos disponibles para el ejercicio presupuestario en curso	Incidencia de la propuesta/iniciativa ⁶⁷						
		Año N	Año N+1	Año N+2	Año N+3	Insértense tantos años como sea necesario para reflejar la duración de la incidencia (véase el punto 1.6)		
Artículo								

En el caso de los ingresos asignados, especifíquese la línea o líneas presupuestarias de gasto en la(s) que repercutan.

Otras observaciones (por ejemplo, método/fórmula que se utiliza para calcular la incidencia sobre los ingresos o cualquier otra información).

⁶⁷ Por lo que se refiere a los recursos propios tradicionales (derechos de aduana, cotizaciones sobre el azúcar), los importes indicados deben ser importes netos, es decir, importes brutos una vez deducido el 20 % de los gastos de recaudación.