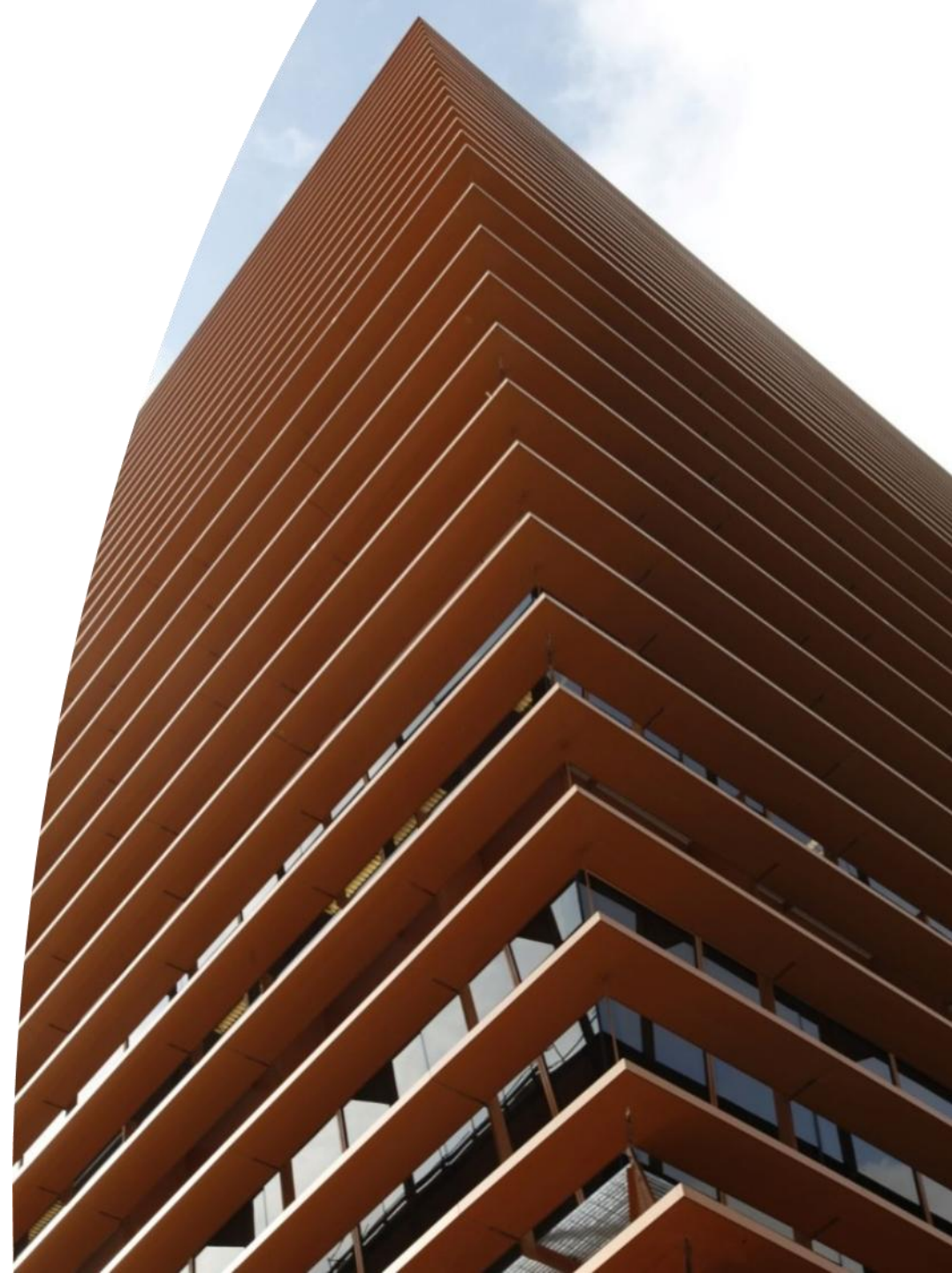


El Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación y la CNMC

Ángel García Castillejo
Vicepresidente CNMC

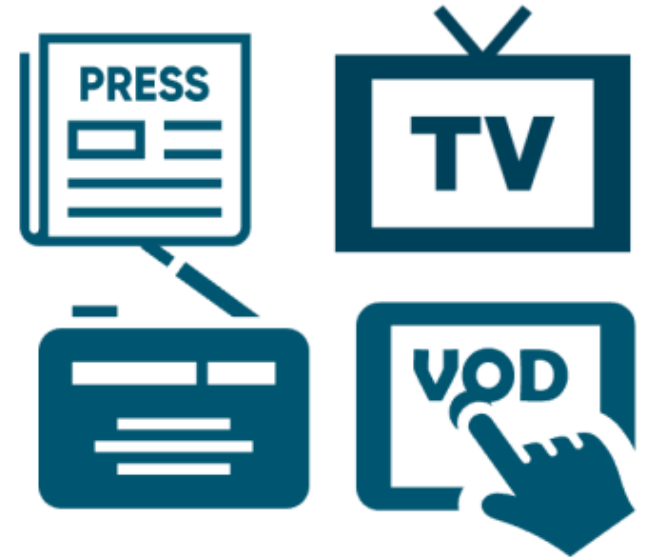
Madrid, 19 de mayo de 2025
Club Abierto de Editores (CLABE)



1. El Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación. REGLAMENTO (UE) 2024/1083 del Parlamento Europeo y del Consejo
2. Nuevas competencias de la CNMC sobre la aplicación del EMFA
3. El Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación

1. El Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación:

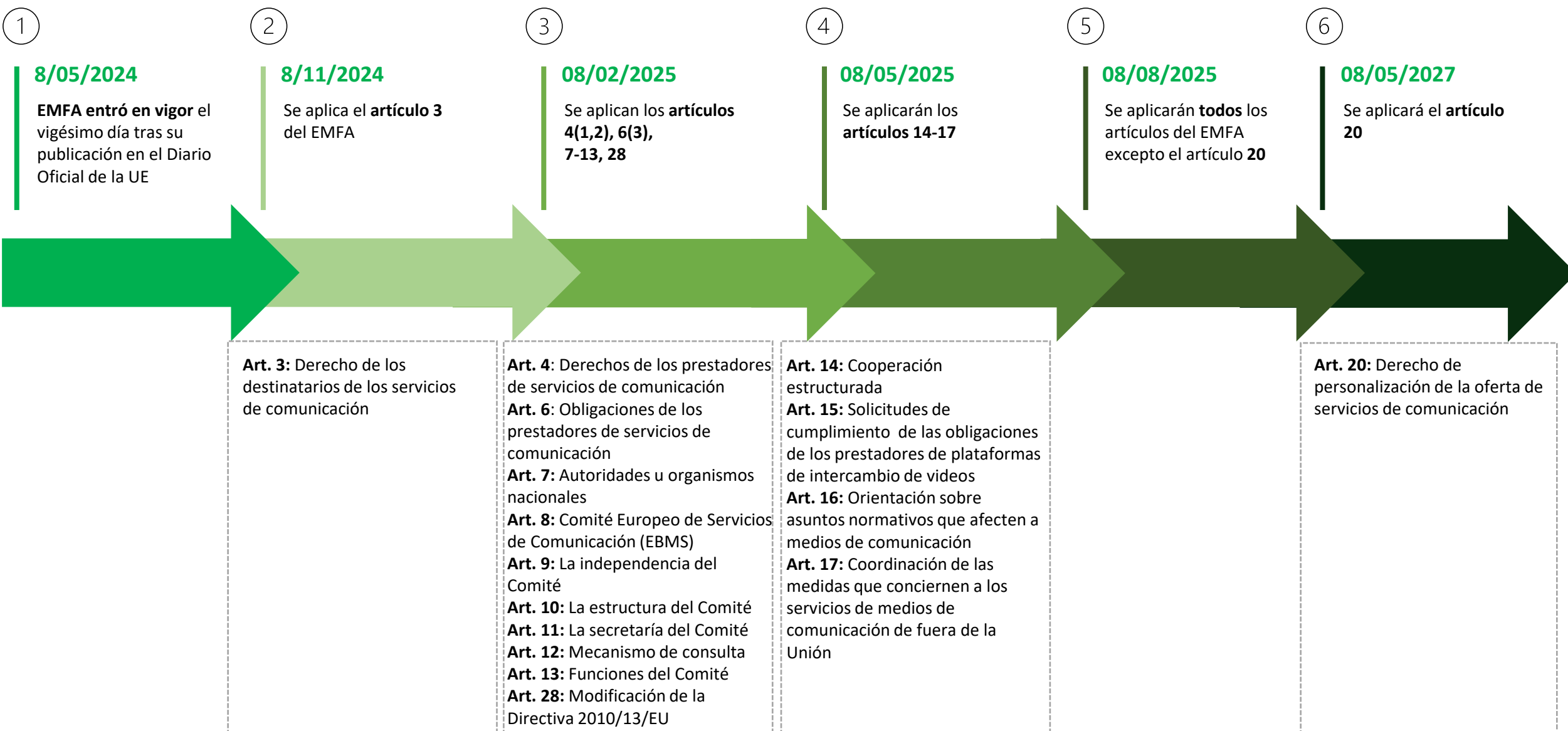
- Objetivos
- Principales disposiciones



Objetivos del Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación

- El nuevo reglamento (EMFA) tiene como objetivo **proteger el pluralismo mediático y la independencia de los servicios de comunicación** mediante la armonización de las normas y procedimientos nacionales. Con este fin, establece nuevas obligaciones en relación con los servicios de comunicación para una amplia gama de actores, incluidos los Estados miembros, las grandes plataformas en línea y los fabricantes de dispositivos.
- **Para proteger el pluralismo mediático y la independencia editorial, el EMFA trata, entre otras medidas, de:**
 - Defender que los medios de comunicación puedan tomar **decisiones editoriales sin interferencias externas**, incluyendo la protección frente a presiones políticas o económicas.
 - **Proteger a los periodistas y a sus fuentes de información**, especialmente frente a amenazas, acoso o vigilancia, incluyendo el uso de programas espía
 - Asegurar que los medios públicos puedan acceder a una financiación estable.
 - Aumentar la **transparencia en la propiedad** de los medios de comunicación, así como en la asignación de publicidad estatal.
 - Abordar las **operaciones de concentración** en el mercado de medios de comunicación con **impacto en el mercado interior**.
 - Abordar las **medidas regulatorias y administrativas nacionales** de los países de la UE con **impacto en el mercado interior**.
 - Establecer mecanismos para **la cooperación y coordinación entre los reguladores** de los medios de comunicación de los distintos países de la UE, con el objetivo de garantizar una aplicación uniforme y efectiva de las normas.
- El EMFA establece el **Comité europeo de servicios de medios de comunicación (el “Media Board”)** que se constituye como un **organismo asesor independiente** compuesto por autoridades u organismos reguladores nacionales de medios y servicios de comunicación.

Entrada en vigor y aplicación del articulado



Foco en los nuevos derechos de los destinatarios de servicios de medios de comunicación (1/2)

El art. 3 del EMFA establece lo siguiente:

- Los destinatarios de los servicios de medios de comunicación tienen derecho a tener acceso a una pluralidad de contenido de medios de comunicación editorialmente independiente.
- Los Estados miembros deberán asegurar que las condiciones marco en sus territorios sean acordes con el EMFA para salvaguardar dicho derecho de los destinatarios, en beneficio del discurso libre y democrático.



Existe una obligación positiva de los Estados miembros de establecer un marco legislativo y administrativo adecuado para garantizar un pluralismo efectivo de los medios de comunicación (considerando 15)

Otras referencias:

- **Carta de los Derechos Fundamentales de la UE (artículo 11)**

“Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho incluye la libertad de opinión y la libertad de recibir o difundir información e ideas sin injerencia de autoridades públicas y sin consideración de fronteras.”

- **Declaración Europea (no vinculante) sobre Derechos y Principios Digitales de septiembre de 2023 (capítulo 4)**

“Todas las personas deben tener acceso a un entorno digital confiable, diverso y multilingüe. El acceso a contenido diverso contribuye a un debate público pluralista y a una participación efectiva en la democracia de forma no discriminatoria.”

Foco en los nuevos derechos de los destinatarios de servicios de medios de comunicación (2/2)

El **art. 20 del EMFA** establece lo siguiente:

- Los usuarios tendrán el derecho a cambiar con facilidad la configuración, incluidos los ajustes por defecto, de cualquier dispositivo o interfaz de usuario que controle o gestione el acceso y el uso de servicios de medios de comunicación que ofrezcan programas con el fin de personalizar la oferta de medios de comunicación

Obligaciones para los diferentes actores involucrados		
Fabricantes, desarrolladores, importadores	Estados Miembros	El Comité de servicios de medios de comunicación
• Garantizar que los interfaces de usuario y los dispositivos incluyan una funcionalidad que permita a los usuarios cambiar (libre y fácilmente) la configuración predeterminada. • Asegurar que la identidad visual de los medios de com. sea visible de forma clara y coherente.	• Garantizar que los fabricantes, desarrolladores e importadores cumplan sus obligaciones	• Fomentar la cooperación con los proveedores de servicios de comunicación, los organismos de normalización y otras partes interesadas para promover las normas armonizadas.

- 
- No afecta a las medidas nacionales que implementan los artículos 7bis de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual (DSCA) por la que los Estados miembros podrán adoptar medidas para garantizar la adecuada prominencia de los servicios de comunicación audiovisual de interés general.
 - No afecta a los sistemas de recomendación del catálogo de programas de los servicios a petición.

Foco en la independencia de los medios de comunicación (1/2)

El **art. 4 del EMFA** establece los derechos de los prestadores de servicios de medios de comunicación. En base a este artículo:

Los Estados Miembros NO podrán:	¿Contra quién?
• Obligar a revelar información de fuentes periodísticas y comunicaciones • Detener, sancionar, interceptar o inspeccionar • Someter (incluidas las instalaciones corporativas o privadas) a vigilancia, registro e incautación	• Medios de comunicación • Redacción y periodistas (freelance) • Colegas • Familias • Personal técnico (recital)

Los Estados Miembros podrán hacer excepciones (a la protección de fuentes periodísticas y sus comunicaciones) en los siguientes casos:

- Aquellos casos previstos por la legislación de la Unión o nacional y cuando sean proporcionados (artículo 52(1) de la Carta de los Derechos Fundamentales);
- Los casos justificados por una razón imperiosa de interés público (caso por caso);
- Los casos autorizados ex ante por una autoridad judicial o una autoridad decisoria independiente e imparcial;



No obstante, en casos excepcionales y urgentes debidamente justificados, podrán autorizarse este tipo de medidas que afectan a las fuentes periodísticas y sus comunicaciones ex post sin demora indebida.

Foco en la independencia de los medios de comunicación (2/2)

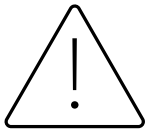
El **art. 6(3) del EMFA** establece que:

- 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. En particular, dichas medidas tendrán por objeto:
 - a) garantizar que las decisiones editoriales puedan tomarse libremente dentro de la línea editorial que siga el prestador de servicios de medios de comunicación de que se trate, y
 - b) garantizar la divulgación de cualquier conflicto de intereses existente o potencial que pueda afectar a la oferta de noticias y contenidos sobre cuestiones de actualidad.

Obligaciones de los medios de comunicación

El **art. 6 del EMFA** establece:

- Los prestadores de servicios de medios de comunicación deberán hacer accesible, de forma sencilla y directa, a los destinatarios de dichos servicios, información actualizada sobre lo siguiente:
 - ✓ su denominación o denominaciones legales y sus datos de contacto;
 - ✓ el nombre o los nombres de sus titulares directos o indirectos, que posean paquetes accionariales que les permitan ejerer influencia sobre el funcionamiento y la toma de decisiones estratégicas, incluida la titularidad
 - ✓ directa o indirecta estatal o por parte de una autoridad o entidad pública;
 - ✓ el nombre o los nombres de los titulares reales tal como se definen en el artículo 3, punto 6, de la Directiva (UE) 2015/849;
 - ✓ el importe total anual de fondos públicos destinados a publicidad estatal que se les ha asignado y el importe total anual de los ingresos de la publicidad recibidos de autoridades o entidades públicas de terceros países.



El **art. 5 de la DSCA**, ya permitía a los Estados Miembros adoptar medidas legislativas para que los medios de comunicación bajo su jurisdicción tuvieran que hacer accesible información sobre su estructura de propietarios.

Adicionalmente, el art. 6 del EMFA establece que los Estados miembros encomendarán a las autoridades u organismos reguladores nacionales u a otras autoridades u organismos competentes la creación de dichas bases de datos nacionales sobre la propiedad de los medios de comunicación.

Obligaciones de los Estados Miembros

El **art. 25 del EMFA** establece:

- Las autoridades o entidades públicas harán pública anualmente, por medios electrónicos y fáciles de usar, información sobre su gasto público en publicidad Estatal, que deberá incluir:
 - ✓ Las denominaciones legales de los prestadores de servicios de medios de comunicación o de los prestadores de plataformas en línea de los que se hayan adquirido servicios + las denominaciones legales de los grupos empresariales de los que formen parte.
 - ✓ El importe total anual del gasto, y los importes anuales del gasto respecto de cada prestador de servicios de medios de comunicación.

Foco en las medidas nacionales con impacto en el pluralismo y la independencia editorial que afecten al mercado interior

El **art. 21 del EMFA** establece los requisitos que deben cumplir las medidas y procedimientos relativos al mercado de medios de comunicación para asegurar su buen funcionamiento.

- Así, según el **artículo 21**, las **medidas legislativas, normativas o administrativas** tomadas por un Estado miembro que puedan afectar al pluralismo de los medios de comunicación o a la independencia editorial de los prestadores de servicios de medios de comunicación que operan en el mercado interior estarán debidamente justificadas y proporcionadas. Dichas medidas deberán ser motivadas, transparentes, objetivas y no discriminatorias.
- Además de indicaciones sobre los plazos de adopción y sobre la posibilidad de recurso ante un órgano de apelación independiente, el EMFA prevé que, cuando una medida normativa o administrativa de las anteriores pudiera afectar de manera significativa al funcionamiento de los prestadores de servicios de medios en el mercado interior, el **Media Board** elaborará un dictamen sobre la misma por propia iniciativa, a solicitud de la Comisión o de un prestador afectado que lo justifique debidamente.

Foco en las operaciones de concentraciones con impacto en el pluralismo y la independencia editorial que afecten al mercado interior



El **art. 22 del EMFA** insta a los Estados miembros a establecer en su Derecho nacional normas sustantivas y procedimentales que permitan una evaluación de aquellas operaciones de concentración en el mercado de medios de comunicación, que puedan tener repercusiones significativas sobre el pluralismo y la independencia editorial. Dichas normas:

- Serán transparentes, objetivas, proporcionadas y no discriminatorias
- Exigirán a las partes que intervienen en dicha concentración que notifiquen la operación de antemano a las autoridades u organismos nacionales pertinentes o facultarán debidamente a dichas autoridades u organismos para obtener la información necesaria para evaluar la concentración + Establecerán de antemano criterios objetivos, no discriminatorios y proporcionados para la notificación.
- Designarán las autoridades u organismos reguladores nacionales responsables de la evaluación y establecerán los plazos para dicha evaluación.

Cuando una concentración en el mercado de los medios de comunicación pueda afectar al funcionamiento del mercado interior de los medios de comunicación, la autoridad u organismo regulador nacional consultará al Media Board con antelación sobre su proyecto de evaluación o de dictamen sobre dicha concentración.



El **art. 23** establece que, en ausencia de evaluación o dictamen por parte de la autoridad u organismo nacional en base al art. 22 del EMFA, el Media Board, de oficio o a instancias de la Comisión, elaborará un dictamen acerca de las repercusiones sobre el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial de una concentración que pueda afectar al funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación.

Foco en la asignación transparente y equitativa de los recursos económicos

El EMFA incluye dos disposiciones importantes relativas a la asignación transparente y equitativa de los recursos económicos:

El **artículo 24**, que establece varias obligaciones para los prestadores de servicios de **medición de audiencias**:

- Asegurar que sus sistemas y metodologías son transparentes, imparciales, inclusivos, proporcionales, no discriminatorios, comparables y verificables.
- Facilitar información gratuita sobre dichos sistemas a los prestadores de servicios de medios, a los anunciantes y a terceras partes autorizadas.
- Someter su sistema de medición y la forma en la que se implementa a una auditoría anual.
- Facilitar los resultados desagregados de medición de audiencia sobre sus contenidos a los prestadores de servicios de medios que lo soliciten.

Asimismo, la CE podrá publicar **directrices** sobre la aplicación práctica de estos sistemas, auditorías y códigos de conducta, asistida por el Media Board, que por su parte impulsará el intercambio de buenas prácticas a través del diálogo entre representantes de las ANR, de los prestadores de servicios de medición, de medios y de plataformas, así como otras partes interesadas.

Por su parte, el **artículo 25** hace referencia a los **fondos públicos u otras remuneraciones o ventajas** que las autoridades o entidades públicas pongan, directa o indirectamente, a disposición de los prestadores de servicios de medios de comunicación o de los prestadores de plataformas en línea para **publicidad estatal**, incluido a través de contratos de suministro o de servicios. Estas asignaciones se concederán de conformidad con criterios transparentes, objetivos, proporcionados y no discriminatorios, puestos a disposición del público de antemano. Se insta además a que el gasto sea distribuido entre una amplia pluralidad de servicios de medios

Foco en la protección de contenidos de medios de comunicación en las plataformas en línea de muy gran tamaño (PLGT) (1/2)

El **art. 18 del EMFA** introduce un “tratamiento especial” de los servicios de medios de comunicación en relación con la moderación de contenidos:

Las PLGT deberán ofrecer una funcionalidad que permita a sus clientes declarar que:

- Son prestadores de servicios de medios de comunicación y que cumplen con el art. 6(1) del EMFA
- Son independientes, desde el punto de vista editorial
- Están sujetos a requisitos normativos para el ejercicio de la responsabilidad editorial en uno o más EEMM y a la supervisión de ANR competentes, o que se adhieren a un mecanismo de correulación o autorregulación que rige las normas editoriales
- No ofrecen contenidos generados por sistemas de IA sin someterlos a revisión humana o control editorial

+ Proporcionar su denominación legal y sus datos de contacto



La PLGT deberá hacer accesible esta info. al público

+ Si una PLGT pretende suspender el acceso de un proveedor de servicios de medios de comunicación o limitar la visibilidad de su contenido por ser contrario a sus condiciones de servicio, antes de llevar a cabo estas acciones, deberá comunicar al prestador los motivos (Art. 4 de la Ley 2019/1150 y Art. 17 de DSA) y dar la oportunidad al medio de responder en 24h o, en caso de crisis, (art. 36 DSA) en un plazo menor.



Excepciones (el apartado anterior no aplicará): Si la decisión de la PLGT es acorde al art. 28, 34, 35 de la DSA o del art. 28 TER de la DSCA o si el contenido es ilícito según derecho de la Unión.

+ Las PLGT garantizarán que las reclamaciones presentadas por los medios de comunicación se tramiten y se resuelvan de manera prioritaria.

Foco en la protección de contenidos de medios de comunicación en las plataformas en línea de muy gran tamaño (PLGT) (2/2)

Recursos de los medios de comunicación frente a una actuación de las PLGT

- Si un prestador de medios considera que una PLGT restringe o suspende de manera repetida la prestación de sus servicios, el prestador de PLGT tratará, a petición del prestador, de dialogar para encontrar una solución amistosa.
- El prestador de servicios de medios de comunicación podrá compartir con el Media Board y la CE los resultados de este diálogo y solicitar al Media Board un dictamen sobre el resultado del diálogo y acciones recomendadas para la PLGT.
- Si una solución amistosa no es posible, el prestador de servicios de medios de comunicación podrá recurrir a un mecanismo de mediación (art 12. ley 2019/1150 o art. 21 de la DSA). Además, el prestador de servicios podrá notificar el resultado de este mecanismo al Media Board.



Las PLGT harán público anualmente entre otros: el número de instancias para restringir el acceso a contenidos de medios de comunicación porque el contenido es contrario a los términos y condiciones y las cláusulas infringidas + el número de diálogos iniciados con prestadores de servicios de medios de comunicación

El papel del Media Board para favorecer el diálogo entre PLGT y los medios de comunicación

Según el **art. 19 del EMFA**, el Media Board organizará periódicamente un diálogo estructurado entre las PLGT, los representantes de los prestadores de servicios de medios y los representantes de la sociedad civil para compartir mejores prácticas sobre Art. 18 del EMFA + fomentar el acceso a una oferta variada de servicios independientes de medios. Además, se realizará un seguimiento de la adhesión a iniciativas de autorregulación que busquen proteger a la sociedad del contenido dañino.



El Board reportará los resultados del diálogo a la CE y si posible, los hará públicos

2. Nuevas competencias de la CNMC sobre la aplicación del EMFA



Nuevas competencias de la CNMC sobre la aplicación del EMFA (1/2)

El Gobierno de España aprobó el 25 de febrero de 2025 y sometió a audiencia pública el **Anteproyecto de Ley de gobernanza democrática en servicios digitales y medios de comunicación**. Se dio plazo para presentar alegaciones del 6 al 14 de marzo de 2025.

El Anteproyecto modifica la Ley 3/2013, 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, para añadir el artículo 9 ter.

Esta disposición atribuye a la CNMC la condición de autoridad reguladora nacional en materia de medios de comunicación, encargada de supervisar y controlar la aplicación del EMFA. Esta designación se traduce en el ejercicio de las siguientes **funciones**:

- 1 Gestionar el **Registro estatal de prestadores de servicios de medios de comunicación**.
- 2 Supervisar el cumplimiento de las obligaciones impuestas a los prestadores de servicios de medios de comunicación de ámbito estatal por el artículo 6.1 del EMFA (registro de prestadores).
- 3 Supervisar el cumplimiento de las obligaciones impuestas a los prestadores de ámbito estatal que ofrezcan noticias y contenidos sobre cuestiones de actualidad por el artículo 6.3 del EMFA (**garantizar la libertad editorial y la divulgación de conflictos de intereses**).

Nuevas competencias de la CNMC sobre la aplicación del EMFA (2/2)

4 Evaluar el **impacto que puede tener una concentración** en el mercado de los medios de comunicación en el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial.

5 Supervisar el cumplimiento de las obligaciones impuestas a los proveedores de **sistemas de medición de la audiencia** por el artículo 24 del EMFA. En concreto, los responsables de dichos sistemas deben facilitar a los prestadores de servicios de medios de comunicación acceso a la información exacta, detallada, exhaustiva, inteligible y actualizada sobre la metodología utilizada por dichos sistemas y a los resultados de las mediciones.

Además, se establece que la metodología empleada sea objeto de auditoría independiente y se insta a las autoridades nacionales reguladoras a impulsar la elaboración de códigos de conducta sobre los sistemas de medición de audiencias o, en su caso, a cumplir los ya acordados conjuntamente y ampliamente aceptados.

6 Promoción de los **códigos de autorregulación y correulación** para los fines previstos en el EMFA, así como velar por su cumplimiento.

3. El Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación

El Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación (1/2)

- El Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación (Media Board) sucede al Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA) desde el 8 de febrero de 2025, fecha en la que entraron en vigor los artículos de la Ley Europea de Libertad de Medios (EMFA) que establecen y regulan el Media Board.
- El Media Board es concebido como un elemento esencial para la consecución de los objetivos del EMFA. En este sentido, la declaración de motivos del Media Board incluye lo siguiente:

“El Media Board tiene como objetivo fomentar un marco regulatorio europeo que permita un ecosistema de medios europeo libre, pluralista, confiable y competitivo que refleje la diversidad cultural, al mismo tiempo que garantice la protección de los derechos fundamentales y capacite a los ciudadanos europeos para forjar opiniones informadas y participar de forma efectiva en el debate social y democrático.”

- Respecto a la relación con la Comisión Europea:
 - ✓ La Comisión provee el Secretariado del Media Board, si bien este está bajo la dirección del Media Board.
 - ✓ La Comisión puede asistir a las reuniones del Media Board y cuenta con un representante en las plenarias, si bien, no tiene derecho de voto.
 - ✓ La Comisión puede solicitar al Media Board que emita ciertos dictámenes relativos al EMFA y que le apoye en el desarrollo de directrices relativas tanto al EMFA como a la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual.

El Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación (2/2)

Las principales funciones del Media Board incluyen:

- ✓ Asesorar a la Comisión Europea en asuntos relacionados con los medios de comunicación, promover una aplicación coherente y efectiva de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual y del capítulo III del EMFA.
- ✓ Promover la cooperación y el intercambio efectivo de información, experiencias y mejores prácticas entre las autoridades nacionales.
- ✓ Facilitar el diálogo entre partes interesadas del mercado de medios de comunicación (inclusive con las plataformas online de gran tamaño).
- ✓ Apoyar a la Comisión en el desarrollo de directrices (medición de audiencia, protección de menores, etc.)
- ✓ Emitir dictámenes en áreas diversas como concentraciones y medidas nacionales que puedan afectar al pluralismo y la independencia editorial con impacto en el mercado interior europeo, así como para la coordinación de medidas de las autoridades nacionales para hacer frente a medios y contenidos extranjeros que supongan un riesgo para la seguridad pública.
- ✓ Presentar los resultados de la actividad del Media Board ante el Parlamento Europeo cuando sea invitado a hacerlo.

A nivel operativo, el Media Board contará con una estrategia plurianual y planes de trabajo anuales como pilares fundamentales para el desarrollo de sus competencias y sus objetivos según el EMFA. El plan de trabajo anual es un documento esencial para el desarrollo de las actividades del Media Board al establecer las prioridades anuales dentro del marco de los objetivos a largo plazo definidos en la estrategia plurianual.

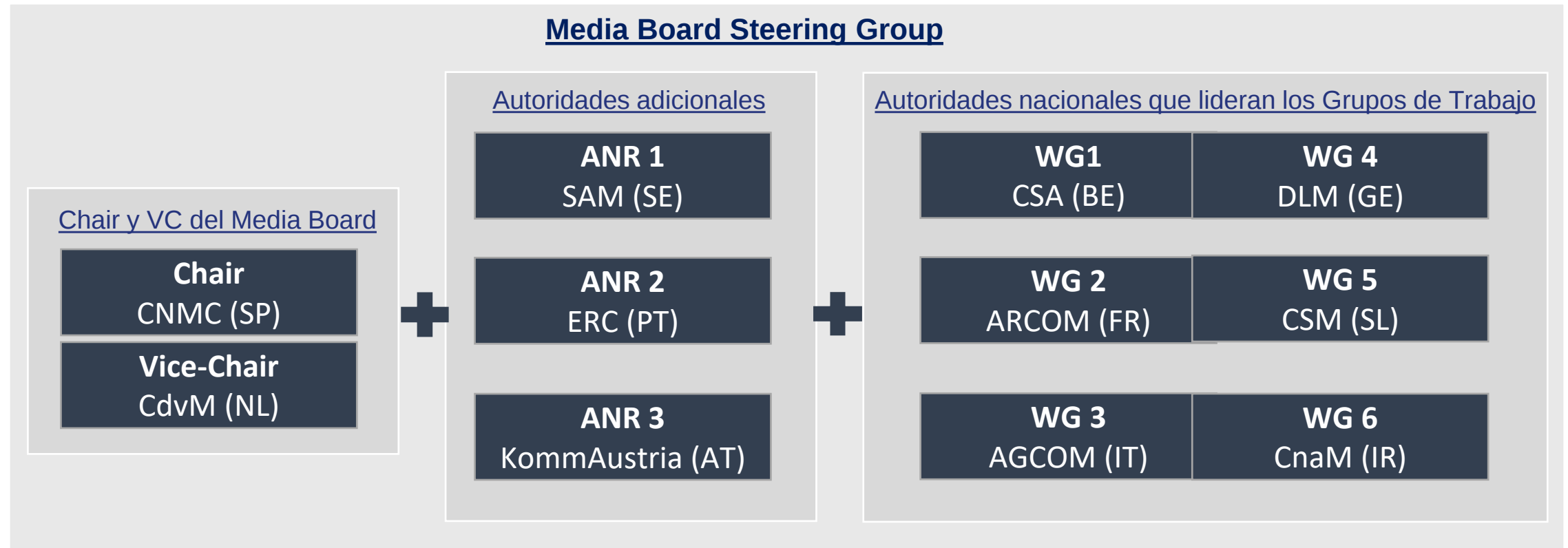
Plan de trabajo del Media Board para 2025

- Key priorities in Q1 and Q2
- EBMS task as per EMFA in 2025 (in application)
- Included in EMFA but EBMS has no competences
- EBMS tasks as per the AVMSD

Group 1	Group 2	Group 3	Group 4	Group 5	Group 6
AV media matters	EMFA: Pluralism and media markets	EMFA: Media business environment	Evolution of media regulatory framework	Integrity of the information space	Internal and external cooperation
European Works	Concentrations (Assessment and procedures)	Audience measurement (Best practices)	Interplay of AVMSD, DSA, and EMFA	Code of Practice (Conduct?) on Dis. (Task Force)	Struct. coop + VSP requests
Minors' protection	Ownership database (Best practices)	Media privilege & Structured dialogue	Cooperation between the EBMS & EBDS	Prom. of content of general interest	Consultation mechanism
Influencers	National measures (Assessment and procedures)	Customization of media offer	AI and other legal/market developments	Media Literacy	Criteria to act on rogue foreign media
AVMSD sheets	Monitoring of EMFA's appl. + Potential dev. of RoPs side guid.			TTPA Regulation	POC for cooperation with other organizations
AVMSD review *	Guid. Art. 16 (2b)** Opinion Art. 21 (4) Guid. Art. 22 (3) Opinion Art. 22 (5) Opinion Art. 23 (1) Consult. 26 (1-2)	Opinion Art. 18 (6) Report Art. 19 (2) Guid. Art. 24 (4)	Opinion Art. 13 (1c)*** AVMSD review ****	Guid. Art. 16 (2a)**	Opinion Art. 14 (5) Opinion Art. 15 (3) Opinion Art.17 (2)

El Steering Group del Media Board

- El Steering Group del Media Board asiste al Presidente (CNMC) en el desarrollo de sus competencias y la consecución de los objetivos del Comité. Este Grupo está liderado por el Presidente e integra así mismo al vicepresidente del Media Board, a 3 autoridades nacionales adicionales y a las autoridades que lideran los grupos de trabajo.



vicepresidencia@cnmc.es

www.cnmc.es

