



UNIÓN EUROPEA

EL PARLAMENTO EUROPEO

EL CONSEJO

Bruselas, 20 de marzo de 2024
(OR. en)

2022/0277(COD)

PE-CONS 4/24

AUDIO 10
DIGIT 16
CODEC 121
MI 60
DISINFO 7
FREMP 26
COMPET 62
EDPS 3
DATAPROTECT 30
JAI 88
SERVICES 6
POLGEN 13

ACTOS LEGISLATIVOS Y OTROS INSTRUMENTOS

Asunto: 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 y se modifica la Directiva 2010/13/UE (Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación)

REGLAMENTO (UE) 2024/...
DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO

de ...

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

(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 Europeo¹,

Visto el dictamen del Comité de las Regiones²,

De conformidad con el procedimiento legislativo ordinario³,

¹ DO C 100 de 16.3.2023, p. 111.

² DO C 188 de 30.5.2023, p. 79.

³ Posición del Parlamento Europeo de 13 de marzo de 2024 (pendiente de publicación en el Diario Oficial) y Decisión del Consejo de

Considerando lo siguiente:

- (1) Los servicios de medios de comunicación independientes desempeñan un papel único en el mercado interior. Representan un sector de gran importancia económica y en rápida evolución y, al mismo tiempo, facilitan el acceso a una pluralidad de puntos de vista y a fuentes de información fiables tanto para los ciudadanos como para las empresas, con lo que cumplen la función de interés general de «guardianes públicos» y constituyen un factor indispensable en el proceso de formación de la opinión pública. Los servicios de medios de comunicación son, cada vez en mayor medida, accesibles en línea y a través de las fronteras, pero no están sujetos a las mismas normas ni al mismo nivel de protección en los diferentes Estados miembros. Si bien algunos asuntos relacionados con el sector de los medios de comunicación audiovisual se han armonizado a escala de la Unión mediante la Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo⁴, el ámbito de aplicación y los asuntos regulados por dicha Directiva son limitados. Además, los sectores de la radio y la prensa no están regulados por dicha Directiva, a pesar de su creciente relevancia transfronteriza en el mercado interior.

⁴ 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).

- (2) Dado el papel único de los servicios de medios de comunicación, la protección de la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación, en cuanto que dos de los pilares principales de la democracia y del Estado de Derecho, constituye una característica esencial de un mercado interior de los servicios de medios de comunicación que funcione bien. Dicho mercado —que comprende los servicios de medios de comunicación audiovisual radio y prensa— ha cambiado de manera sustancial desde el comienzo del siglo XXI, y se ha ido haciendo cada vez más digital y más internacional. Ofrece muchas oportunidades económicas, pero también se enfrenta a gran cantidad de retos. La Unión debe ayudar al sector de los medios de comunicación para poder aprovechar esas oportunidades dentro del mercado interior, protegiendo al mismo tiempo los valores que son comunes a la Unión y a sus Estados miembros, como la protección de los derechos fundamentales.

- (3) En el espacio de los medios digitales, los ciudadanos y las empresas consumen y acceden a contenidos y servicios de los medios de comunicación que están disponibles inmediatamente en sus dispositivos personales, en un entorno cada vez más transfronterizo. Este es el caso de los servicios de comunicación audiovisual, la radio y la prensa, a los que se puede acceder fácilmente por medio de internet por ejemplo, a través de pódcast o de portales de noticias en línea. La disponibilidad de contenidos en varias lenguas y su fácil acceso a través de dispositivos inteligentes, como teléfonos inteligentes o tabletas, aumenta la relevancia transfronteriza de los servicios de medios de comunicación, como se establece en una sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea⁵ (en lo sucesivo, «Tribunal de Justicia»). Dicha relevancia se ve reforzada por el uso y aceptación crecientes de las herramientas de traducción o subtítulo automático, que reducen las barreras lingüísticas en el mercado interior, y la convergencia de los distintos tipos de medios de comunicación, que combinan contenidos audiovisuales y no audiovisuales en la misma oferta.

⁵ Sentencia del Tribunal de Justicia de 12 de diciembre de 2006, *Alemania/Parlamento y Consejo*, C-380/03, ECLI:EU:C:2006:772, apartados 53 y 54.

- (4) Sin embargo, el mercado interior de los servicios de medios de comunicación no está suficientemente integrado y sufre una serie de fallos de mercado que se han visto agravados por la digitalización. En primer lugar, las plataformas en línea de alcance mundial actúan como puertas de entrada a los contenidos 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. Dichas 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 hacen un uso intensivo de capital y de conocimientos, deben tener una determinada magnitud para seguir siendo competitivos, responder a las necesidades de su audiencia y prosperar en el mercado interior. A tal fin, la posibilidad de ofrecer servicios a través de las fronteras y obtener inversiones, incluidas las de otros Estados miembros o en otros Estados miembros, reviste una particular importancia. En segundo lugar, 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. En tercer lugar, el buen funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación se ve puesto en peligro por prestadores, incluidos los controlados por determinados terceros países, que practican de forma sistemática la desinformación, o la manipulación de información y la injerencia, y utilizan las libertades del mercado interior con fines abusivos, lo que impide el correcto funcionamiento de las dinámicas del mercado.

- (5) La fragmentación de las normas y enfoques que caracteriza al mercado de los medios de comunicación en la Unión afecta de forma negativa, en distintos grados, a las condiciones para que los prestadores de servicios de medios de comunicación ejerzan actividades económicas en el mercado interior, en diferentes sectores, incluidos los sectores audiovisual, de la radio y de la prensa, y socava su capacidad para operar de manera eficiente a escala transfronteriza o para realizar operaciones en otros Estados miembros. Las medidas y procedimientos nacionales podrían favorecer el pluralismo de los medios de comunicación en un Estado miembro, pero la divergencia y la falta de coordinación entre las medidas y procedimientos nacionales de los Estados miembros podrían generar inseguridad jurídica y costes adicionales para las empresas de medios de comunicación dispuestas a acceder a nuevos mercados y podrían, por tanto, impedir que se beneficien de la magnitud del mercado interior de servicios de medios de comunicación. Además, las medidas nacionales discriminatorias o proteccionistas que afectan al funcionamiento de las empresas de medios de comunicación desincentivan la inversión transfronteriza en el sector de los medios de comunicación y, en algunos casos, podrían obligar a las empresas de medios de comunicación que ya operan en un mercado determinado a abandonarlo. Dichos obstáculos afectan a las empresas que operan tanto en el sector de la radiodifusión, incluidos el audiovisual y la radio, como en el de la prensa. Aunque la fragmentación de las salvaguardias de la independencia editorial afecta a todos los sectores de los medios de comunicación, ello perjudica de manera especial al sector de la prensa, ya que los enfoques nacionales de regulación o autorregulación difieren más en relación con la prensa.

- (6) El mercado interior de los servicios de medios de comunicación también podría verse afectado por la insuficiencia de las herramientas para la cooperación normativa entre las autoridades u organismos reguladores nacionales. Tal cooperación es clave para garantizar que los participantes en el mercado de los medios de comunicación, a menudo presentes en diferentes sectores de los medios de comunicación, que practican de forma sistemática la desinformación o la manipulación de información y la injerencia no se beneficien de la magnitud del mercado interior de los servicios de medios de comunicación. Por otra parte, si bien se utiliza una asignación sesgada de recursos económicos —en particular en forma de publicidad estatal— para subvencionar de forma encubierta a los medios de comunicación en todos sus sectores, esto tiende a repercutir de forma especialmente negativa en la prensa, que se ha debilitado por la disminución de los ingresos de la publicidad. Los retos derivados de la transformación digital merman además la capacidad de las empresas de todos los sectores de los medios de comunicación —y, en particular, de las más pequeñas en los sectores de la radio y la prensa— de competir en igualdad de condiciones con las plataformas en línea, que desempeñan un papel clave en la distribución de contenidos en línea.
- (7) 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. Ello conlleva el riesgo de ahondar las divergencias en los enfoques nacionales y las restricciones a la libre circulación en el mercado interior. Por consiguiente, es necesario armonizar determinados aspectos de las normativas nacionales relacionados con el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial, para garantizar así unas normas estrictas en dicho ámbito.

- (8) Los destinatarios de servicios de medios de comunicación en la Unión, a saber, 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 contenidos de los medios de comunicación pluralistas producidos de acuerdo con la libertad editorial en el mercado interior. Ello resulta fundamental para fomentar el discurso público y la participación ciudadana, ya que disponer de una amplia gama de fuentes de información fiables y de periodismo de calidad capacita a la ciudadanía para tomar decisiones con conocimiento de causa, también sobre el estado de sus democracias. Asimismo, resulta esencial para la diversidad cultural y lingüística de la Unión, habida cuenta del papel de los servicios de medios de comunicación como vehículos de la expresión cultural. Los Estados miembros deben respetar el derecho a la pluralidad de contenidos de los medios de comunicación y contribuir a un entorno mediático propicio velando por que se den las condiciones marco pertinentes. Este enfoque refleja el derecho a recibir o comunicar informaciones y la obligación de respetar la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación, con arreglo al artículo 11 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (en lo sucesivo, «Carta»), leído en relación con su artículo 22, que obliga a la Unión a respetar la diversidad cultural, religiosa y lingüística. Por otra parte, 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 los servicios de medios de comunicación. En el informe final de la Conferencia sobre el Futuro de Europa, los ciudadanos pidieron a la Unión 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 Unión.

Por consiguiente, es necesario armonizar determinados aspectos de las normativas nacionales relativas a los servicios de medios de comunicación, teniendo también en cuenta el artículo 167 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), que reafirma la importancia de respetar la diversidad nacional y regional de los Estados miembros. No obstante, los Estados miembros deben tener la posibilidad de adoptar normas más detalladas o más estrictas en ámbitos específicos, siempre que dichas normas aseguren un nivel de protección del pluralismo de los medios de comunicación o la independencia editorial más elevado, de conformidad con el presente Reglamento y respetando el Derecho de la Unión, y que los Estados miembros no restrinjan la libre circulación de los servicios de medios de comunicación procedentes de otros Estados miembros que cumplan las normas establecidas en dichos ámbitos. Los Estados miembros también deben conservar la posibilidad de mantener o adoptar medidas para preservar el pluralismo de los medios de comunicación o la independencia editorial a nivel nacional en relación con aspectos no cubiertos por el presente Reglamento, en la medida en que dichas medidas respeten el Derecho de la Unión, en especial el Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo⁶. También conviene recordar que el presente Reglamento respeta las responsabilidades de los Estados miembros a que se refiere el artículo 4, apartado 2, del Tratado de la Unión Europea (TUE), en particular sus competencias para salvaguardar las funciones esenciales del Estado.

⁶ Reglamento (UE) 2022/2065 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 19 de octubre de 2022, relativo a un mercado único de servicios digitales y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE (Reglamento de Servicios Digitales) (DO L 277 de 27.10.2022, p. 1).

- (9) A los efectos del presente Reglamento, la definición de un servicio de medios de comunicación debe limitarse a los servicios definidos por el TFUE y, por tanto, debe abarcar cualquier forma de actividad económica. 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 petición, los pódcast de audio o las publicaciones de prensa. 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, y todos los servicios que no tengan la prestación de programas 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 comunicación empresarial y la distribución de materiales informativos o promocionales para entidades públicas o privadas debe excluirse del ámbito de la definición. Además, dado que el funcionamiento de los prestadores de servicios de medios de comunicación en el mercado interior puede adoptar distintas formas, la definición de «prestador de servicios de medios de comunicación» debe abarcar un amplio espectro de agentes profesionales de los medios de comunicación que entran en el ámbito de aplicación de la definición de servicio de medios de comunicación, incluidos los profesionales independientes.

- (10) Por prestadores de un servicio público de medios de comunicación debe entenderse aquellos a los que se les ha encomendado un mandato de servicio público y, simultáneamente, reciben financiación pública para llevar a cabo dicho mandato. Esto no debe aplicarse a las empresas privadas de medios de comunicación que hayan acordado llevar a cabo, como parte limitada de sus actividades, determinadas tareas concretas de interés general a cambio de una remuneración.
- (11) En el mercado de medios de comunicación digitales, los prestadores de plataformas de intercambio de vídeos o los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño podrían entrar en la definición de prestador de servicios de medios de comunicación. En general, esos prestadores desempeñan un papel esencial en la organización de contenidos, también 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 prestadores de plataformas de intercambio de vídeos o prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño han comenzado a ejercer control editorial sobre una o varias secciones de sus servicios. Por tanto, cuando tales prestadores ejerzan control editorial sobre una o varias secciones de sus servicios, podrían tener la calificación tanto de prestador de plataforma de intercambio de vídeos, o prestador de plataforma en línea de muy gran tamaño, como de prestador de servicios de medios de comunicación.

- (12) La definición de medición de la audiencia debe abarcar los sistemas de medición desarrollados según lo acordado por las normas del sector en el seno de organizaciones de autorregulación, como los Comités Mixtos Sectoriales, y los sistemas de medición desarrollados fuera de los enfoques de autorregulación. Los últimos tienden a ser utilizados por determinados participantes en línea, incluidas las plataformas en línea, que se miden a sí mismos o facilitan sus propios sistemas de medición de la audiencia al mercado, sin ajustarse a las normas o las mejores prácticas 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. En particular, la capacidad de proporcionar acceso a contenidos de los medios de comunicación y la capacidad de dirigir publicidad a sus usuarios permiten a las plataformas en línea competir con los prestadores de servicios de medios de comunicación cuyos contenidos distribuyen. Así pues, debe entenderse que la definición de medición de la audiencia incluye los sistemas de medición que permiten recopilar, interpretar o tratar de otro modo información sobre el uso de contenidos de los medios de comunicación y contenidos creados por los usuarios en plataformas en línea que se utilizan principalmente para acceder a dichos contenidos. Ello garantizaría que los proveedores de sistemas de medición de la audiencia que ejercen de intermediarios en la distribución de contenidos sean transparentes en cuanto a sus actividades de medición de la audiencia, y de este modo fomenten la capacidad de los prestadores de servicios de medios de comunicación y de los anunciantes para elegir con conocimiento de causa.

- (13) La publicidad estatal, tal como se define en el presente Reglamento, debe entenderse en sentido amplio, como la que engloba actividades de promoción o autopromoción, anuncios públicos o campañas informativas, llevadas a cabo por, para o en nombre de una amplia gama de autoridades o entidades públicas, entre las que están los Gobiernos nacionales o subnacionales, las autoridades u organismos reguladores y las entidades bajo el control de los Gobiernos nacionales o subnacionales. Este control puede derivarse de derechos, contratos o cualquier otro medio que confiera la posibilidad de ejercer una influencia decisiva sobre una entidad. En particular, son factores pertinentes la propiedad del capital o el derecho a utilizar, en su totalidad o en parte, los activos de una entidad o derechos o los contratos que permitan influir decisivamente sobre la composición, las deliberaciones o las decisiones de los órganos de una entidad, tal como se establece en el artículo 3, apartado 2, del Reglamento (CE) n.º 139/2004 del Consejo⁷. No obstante, la definición de publicidad estatal no debe incluir anuncios oficiales que estén justificados por una razón imperiosa de interés general, como los mensajes de emergencia de las autoridades o entidades públicas cuando sean necesarios, por ejemplo en casos de catástrofe natural o crisis sanitaria, accidente u otros incidentes repentinos que puedan causar daños a los individuos. Cuando la situación de emergencia haya finalizado, los anuncios relativos a dicha emergencia que sean colocados, promocionados, publicados o difundidos a cambio de un pago o de cualquier otra remuneración deben considerarse publicidad estatal.

⁷ 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).

- (14) Para garantizar que la sociedad aprovecha los frutos del mercado interior de los servicios de medios de comunicación, es esencial garantizar no solo las libertades fundamentales reconocidas por los Tratados, sino también la seguridad jurídica necesaria para disfrutar de los beneficios de un mercado integrado y desarrollado. En un mercado interior que funcione correctamente, los destinatarios de servicios de medios de comunicación deben poder acceder a servicios de medios de comunicación de calidad que hayan sido creados por periodistas de manera independiente y en consonancia con las normas éticas y periodísticas y que, por ende, faciliten información fiable. Esto es especialmente pertinente para las noticias y los contenidos sobre cuestiones de actualidad, que comprenden una amplia categoría de contenidos de interés político, social o cultural a nivel local, nacional o internacional. Las noticias y los contenidos sobre cuestiones de actualidad tienen el potencial de desempeñar un papel fundamental en la formación de la opinión pública y repercuten de forma directa en la participación democrática y el bienestar social. En dicho contexto, debe entenderse que las noticias y los contenidos sobre cuestiones de actualidad abarcan cualquier tipo de noticias y contenidos sobre cuestiones de actualidad, al margen de la forma que adopten. Las noticias y los contenidos sobre cuestiones de actualidad pueden llegar a la audiencia en formatos diversos, como documentales, programas de variedades o de entrevistas, y pueden difundirse de diversas maneras, por ejemplo subiéndolos a plataformas en línea. Los servicios de medios de comunicación de calidad son también un antídoto contra la desinformación y la manipulación de información e injerencia por parte de agentes extranjeros. También debe garantizarse el acceso a estos servicios evitando los intentos de silenciar a los periodistas, que van desde las amenazas y el acoso hasta la censura y la supresión de opiniones discrepantes, lo que podría limitar la libre circulación de información hacia la esfera pública reduciendo la calidad y la pluralidad de la información. El derecho a la pluralidad de contenidos de medios de comunicación no implica, para ningún prestador de servicios de medios de comunicación determinado, ninguna obligación correspondiente de adherirse a normas no establecidas de manera explícita por ley.

- (15) El presente Reglamento no afecta a la libertad de expresión e información garantizada a las personas 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 audiovisual, 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 de los medios de comunicación efectivo⁸.
- (16) La libre circulación 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 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.
- (17) 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 en un entorno mediático seguro. La independencia editorial es especialmente importante para los prestadores de servicios de medios de comunicación que ofrecen noticias y contenidos 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.

⁸ Centro Europa 7 S.R.L. y Di Stefano v. Italy [GC], n.º 38433/09, § 134, TEDH 2012.

(18) Los Estados miembros han adoptado diferentes enfoques con respecto a la protección de la libertad y la independencia editoriales, 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 podrían actuar de maneras que rompan el necesario equilibrio entre su propia libertad de empresa 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. Dado el papel social que desempeñan los medios de comunicación, esta injerencia indebida podría afectar negativamente al proceso de formación de la opinión pública. 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 prestación 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 dichas 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 quedan afectadas 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 de medios de comunicación puedan recibir esos contenidos.

- (19) 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. Para los periodistas, las fuentes son equivalentes a las «materias primas»: son la base para crear contenidos de los medios de comunicación, en especial noticias y contenidos sobre cuestiones de actualidad. Por lo tanto, es fundamental proteger la capacidad de los periodistas para recopilar, verificar y analizar información, en particular la información facilitada o comunicada confidencialmente, tanto en línea como fuera de línea, que esté relacionada con fuentes periodísticas o sea susceptible de identificarlas. Los prestadores de servicios de medios de comunicación y su personal editorial, en particular 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 periodísticas y las comunicaciones confidenciales, incluyendo la protección frente a las injerencias indebidas y el uso de tecnologías de vigilancia. Sin esta protección, la libre circulación de las fuentes hacia los prestadores de servicios de medios de comunicación podría verse disuadida y, por tanto, podría obstaculizarse el libre ejercicio de la actividad económica por parte de los prestadores de servicios de medios de comunicación, en detrimento de la puesta a disposición del público de información, también 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 amenazada por dichos obstáculos, lo que repercutiría negativamente en el acceso a los servicios de medios de comunicación de calidad.

- (20) Con el fin de evitar que se eluda la protección de las fuentes periodísticas y de las comunicaciones confidenciales y garantizar un respeto adecuado de la vida privada y familiar, el domicilio y las comunicaciones, de conformidad con la Carta, las salvaguardias deben aplicarse también a las personas que, debido a su relación privada o profesional habitual con los prestadores de servicios de medios de comunicación o miembros de su personal editorial, puedan disponer de información que pudiera identificar a fuentes periodísticas o comunicaciones confidenciales. Esto debe incluir a quienes mantengan una relación estrecha en el mismo hogar y de forma estable y continua y a las personas que participen o hayan participado profesionalmente en la preparación, producción o difusión de programas o publicaciones de prensa, y que solo constituyen un objetivo debido a sus estrechos vínculos con prestadores de servicios de medios de comunicación, periodistas u otros miembros del personal editorial. La protección de las fuentes periodísticas y de las comunicaciones confidenciales también debe beneficiar al personal de los prestadores de servicios de medios de comunicación, como el personal técnico, incluidos los expertos en ciberseguridad, que podría constituir un objetivo, dado el importante papel de apoyo que proporciona a los periodistas que desempeñan en su trabajo diario, que requiere soluciones para garantizar la confidencialidad del trabajo periodístico y la consiguiente probabilidad de que tengan acceso a información relativa a fuentes periodísticas o comunicaciones confidenciales.

- (21) La protección de las fuentes periodísticas y de las comunicaciones confidenciales va en consonancia con el derecho fundamental consagrado en el artículo 11 de la Carta y contribuye a la protección de este. También resulta crucial para salvaguardar el papel de «guardián público» de los prestadores de servicios de medios de comunicación y, en particular, de los periodistas de investigación en las sociedades democráticas, y para defender el Estado de Derecho. A la luz de lo anterior, garantizar un nivel adecuado de protección de las fuentes periodísticas y de las comunicaciones confidenciales exige que las medidas para la obtención de dicha información sean autorizadas por una autoridad que pueda evaluar de forma independiente e imparcial si ello está justificado por una razón imperiosa de interés general, como un órgano jurisdiccional, un juez, un fiscal en el ejercicio de su función judicial u otra autoridad competente para autorizar dichas medidas de conformidad con el Derecho nacional. También exige que las medidas de vigilancia estén sujetas a una revisión periódica por parte de dicha autoridad, para comprobar si siguen dándose las condiciones que justifiquen el recurso a la medida en cuestión. Dicho requisito también se cumple cuando la revisión periódica tiene por objeto verificar si se dan las condiciones que justifican la prórroga de la autorización para el recurso a la medida.

(22) También cabe recordar que, de conformidad con la jurisprudencia consolidada del Tribunal Europeo de Derechos Humanos, el derecho a la tutela judicial efectiva presupone, en principio, que, para ejercer de forma efectiva ese derecho, se informe a su debido tiempo —sin poner en peligro la eficacia de las investigaciones en curso— de las medidas de vigilancia adoptadas sin el conocimiento del interesado. A fin de fortalecer ulteriormente ese derecho, es importante que los prestadores de servicios de medios de comunicación, los periodistas y las personas que tengan una relación regular o profesional con ellos puedan contar con una asistencia adecuada en el ejercicio de ese derecho. Dicha asistencia podría ser de naturaleza jurídica, económica o de otro tipo, como el suministro de información sobre los recursos judiciales disponibles. Dicha asistencia podría proporcionarla efectivamente, por ejemplo, una autoridad u organismo independiente o, cuando estos no existan, un organismo o mecanismo de autorregulación. El presente Reglamento no tiene por objeto armonizar los conceptos de «detención», «inspección», «puesta en busca y captura» o «vigilancia».

- (23) Actualmente, la protección de las fuentes periodísticas y de las comunicaciones confidenciales 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 en los procesos penales y administrativos información que revele sus fuentes, también comunicaciones que se mantienen bajo un compromiso de confidencialidad. 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. Dicha situación genera fragmentación en el mercado interior de los servicios de medios de comunicación y normas desiguales de protección de las fuentes periodísticas y de las comunicaciones confidenciales en el conjunto de la Unión. A tal fin, el presente Reglamento introduce normas mínimas comunes de protección de las fuentes periodísticas y las comunicaciones confidenciales con respecto a las medidas coercitivas utilizadas por los Estados miembros para obtener dicha información. A los efectos de garantizar la protección efectiva de las fuentes periodísticas y de las comunicaciones confidenciales, los Estados miembros no deben adoptar tales medidas —incluido el despliegue de programas informáticos de vigilancia intrusiva— en relación con los prestadores de servicios de medios de comunicación, su personal editorial o quienes, debido a su relación regular o profesional con un prestador de servicios de medios de comunicación o su personal editorial, pueda tener información relacionada con la identificación de fuentes periodísticas o comunicaciones confidenciales o que sea capaz de identificarlas.

- (24) Los profesionales de los medios de comunicación, en particular los periodistas y otros profesionales de los medios de comunicación que participan en actividades editoriales, cada vez más en mayor medida trabajan en proyectos transfronterizos y prestan sus servicios a audiencias transfronterizas y, por extensión, a los prestadores de servicios de medios de comunicación. De resultas de ello, 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 periodísticas y de las comunicaciones confidenciales requiere una armonización y un mayor refuerzo a escala de la Unión. Ello debe entenderse sin perjuicio de una protección ulterior o absoluta a nivel nacional.

- (25) Los programas informáticos de vigilancia intrusiva —incluidos, en particular, los denominados comúnmente «programas espía»— representan una forma especialmente invasiva de vigilancia de los profesionales de los medios de comunicación y sus fuentes. Esos programas pueden instalarse para grabar en secreto llamadas o utilizar de otro modo el micrófono de un dispositivo de un usuario final, grabar o fotografiar a personas físicas, máquinas o sus alrededores, copiar mensajes, acceder a datos de contenido cifrado, registrar la actividad de navegación, registrar la geolocalización, recoger otros datos de los sensores o realizar un seguimiento de actividades a través de múltiples dispositivos de los usuarios finales. Tienen efectos disuasorios sobre el libre ejercicio de las actividades económicas en el sector de los medios de comunicación, y ponen en peligro, en particular, la relación de confianza de los periodistas con sus fuentes, que es la base del periodismo. Dado el carácter digital e intrusivo de dichos programas informáticos y el uso transfronterizo de los dispositivos, su repercusión es especialmente perjudicial en el ejercicio de las actividades económicas por parte de los prestadores de servicios de medios de comunicación en el mercado interior. Por consiguiente, es necesario garantizar que los prestadores de servicios de medios de comunicación —incluidos los periodistas— que operan en el mercado interior de los servicios de medios de comunicación cuenten con una protección sólida y armonizada en relación con la instalación de programas informáticos de vigilancia intrusiva en la Unión, también cuando las autoridades de los Estados miembros recurran a partes privadas para su instalación.

(26) La instalación de programas informáticos de vigilancia intrusiva solo debe producirse cuando esté justificada por una razón imperiosa de interés general; esté prevista en el Derecho nacional o de la Unión; sea conforme con el artículo 52, apartado 1, de la Carta tal como lo ha interpretado el Tribunal de Justicia y otros actos del Derecho de la Unión; haya sido autorizada *ex ante* o, en casos excepcionales y urgentes, ha sido confirmada posteriormente por una autoridad judicial o una autoridad decisoria independiente e imparcial; se produce en el marco de investigaciones de los delitos enumerados en el artículo 2, apartado 2, de la Decisión Marco 2002/584/JAI del Consejo⁹ y punibles en el Estado miembro de que se trate con una pena o medida de seguridad privativas de libertad de una duración máxima de al menos tres años o en el marco de investigaciones de otros delitos graves punibles en el Estado miembro de que se trate con una pena o medida de seguridad privativas de libertad de una duración máxima de al menos cinco años, según determine el Derecho nacional de dicho Estado miembro; y siempre que ninguna otra medida menos restrictiva fuera adecuada y suficiente para obtener la información solicitada. Según el principio de proporcionalidad, solo pueden introducirse limitaciones a los derechos y libertades individuales cuando sean necesarias y respondan efectivamente a objetivos de interés general reconocidos por la Unión. Así, en lo que concierne concretamente a la instalación de programas de vigilancia intrusiva, es preciso determinar si el delito en cuestión alcanza el umbral de gravedad que se establece en el presente Reglamento; o si, tras una evaluación individual de todas las circunstancias pertinentes de un caso concreto, la investigación y el enjuiciamiento de dicho delito justifican la injerencia particularmente intrusiva en los derechos fundamentales y las libertades económicas consistente en la instalación de programas de vigilancia intrusiva; si existen pruebas suficientes de la comisión del delito en cuestión; y si la instalación de programas de vigilancia intrusiva es pertinente para determinar los hechos relacionados con la investigación y el enjuiciamiento de dicho delito.

⁹ 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).

- (27) Los prestadores del servicio público de medios de comunicación desempeñan un papel particular en el mercado interior de los servicios de medios de comunicación, ya que garantizan que los ciudadanos y las empresas tengan acceso a una oferta de contenidos diversa, incluida información de calidad, y a una cobertura mediática imparcial y equilibrada, como parte de su mandato según se define a escala nacional de conformidad con el Protocolo n.º 29 sobre el sistema de radiodifusión pública de los Estados miembros, anejo al TUE y al TFUE. Desempeñan un papel importante en la defensa del derecho fundamental a la libertad de expresión e información, al permitir que las personas busquen y reciban información diversa y al promover los valores de la democracia, la diversidad cultural y la cohesión social. Proporcionan un foro para el debate público y un medio para promover la participación democrática más amplia de la ciudadanía. La independencia de los prestadores del servicio público de medios de comunicación es especialmente importante durante los períodos electorales para velar por que la ciudadanía tenga acceso a una información imparcial y de calidad. No obstante, los prestadores del servicio público de medios de comunicación pueden estar particularmente expuestos al riesgo de injerencia, dada su proximidad institucional al Estado y la financiación pública que reciben. Dicho riesgo se ve agravado por unas salvaguardias desiguales en relación con la cobertura equilibrada y la gobernanza independiente de los prestadores del servicio público de medios de comunicación en la Unión. Tanto la Comunicación de la Comisión, de 13 de julio de 2022, titulada «Informe sobre el Estado de Derecho de 2022» como el *Media Pluralism Monitor* [instrumento de seguimiento del pluralismo en los medios de comunicación] de 2022 del Centro para el Pluralismo y la Libertad de los Medios de Comunicación confirman la fragmentación de dichas salvaguardias y señalan los riesgos derivados de una financiación inadecuada. Como muestra el Observatorio Europeo del Sector Audiovisual en su informe de 2022 titulado «Governance and independence of public service media» [«Gobernanza e independencia de los medios de comunicación de servicio público»], las garantías para el funcionamiento independiente de los prestadores del servicio público de medios de comunicación varían en toda la Unión y presentan diferencias en su alcance y en el grado de detalle de los enfoques nacionales.

- (28) Los marcos jurídicos para garantizar una cobertura equilibrada por parte de los prestadores del servicio público de medios de comunicación varían en toda la Unión. Además, las normas varían en toda la Unión en lo que respecta al nombramiento y la destitución de los gestores de los medios de comunicación de servicio público. Por ejemplo, mientras la mayoría de los ordenamientos jurídicos nacionales establecen varios motivos de destitución, otros no prevén normas específicas. Cuando sí que existen normas, en algunos casos son insuficientes o resultan ineficaces en la práctica. Asimismo, hay casos en los que las reformas legislativas en los Estados miembros han aumentado el control gubernamental de los medios de comunicación de servicio público, también en lo que respecta al nombramiento de las personas que ejerzan la dirección del consejo de administración de los medios de comunicación de servicio público, o de los miembros de este. Los enfoques para garantizar la adecuación y previsibilidad de la financiación de los prestadores del servicio público de medios de comunicación también difieren entre Estados miembros. Cuando las salvaguardias no existen o son insuficientes, se plantean riesgos de injerencia política en la línea editorial o la gobernanza de los medios de comunicación de servicio público. La inexistencia de salvaguardias —o la insuficiencia de estas— para la independencia de los prestadores del servicio público de medios de comunicación también podría dar lugar a una falta de estabilidad de la financiación, lo que expone a los prestadores del servicio público de medios de comunicación al riesgo del control político o de un control político aún mayor. Ello podría dar lugar a casos de información parcial o a una cobertura mediática sesgada por parte de los prestadores del servicio público de medios de comunicación, situaciones de interferencia gubernamental en el nombramiento o destitución de sus gestores, o ajustes arbitrarios o financiación inestable para los prestadores del servicio público de medios de comunicación. Todo ello repercute negativamente en el acceso a servicios de medios de comunicación independientes e imparciales, lo que afecta al derecho a la libertad de expresión consagrado en el artículo 11 de la Carta, y podría dar lugar a una distorsión de la competencia en el mercado interior de los servicios de medios de comunicación, en especial para los prestadores de servicios de medios de comunicación establecidos en otros Estados miembros.

(29) En los entornos de los medios de comunicación nacionales caracterizados por la coexistencia de prestadores de servicios de medios de comunicación públicos y privados, los prestadores del servicio público de medios de comunicación contribuyen a la promoción del pluralismo de los medios de comunicación y al fomento de la competencia en el sector de los medios de comunicación, creando una amplia gama de contenidos que están dirigidos a distintos intereses, perspectivas y grupos demográficos y que ofrecen distintas alternativas en lo que respecta a los puntos de vista y las opciones de programación, dando como resultado una oferta rica y única. Los prestadores del servicio público de medios de comunicación compiten por las audiencias y, en su caso, por los recursos publicitarios con las empresas privadas de medios de comunicación y con las plataformas en línea, incluidas las establecidas en otros Estados miembros. Esto se aplica a los organismos de radiodifusión comerciales, en los sectores tanto audiovisual como radiofónico, y a los editores de prensa, es especialmente cierto en el actual entorno digital de medios de comunicación, en el que todos los medios se extienden hasta el entorno en línea y cada vez más a menudo prestan sus servicios en distintos países. Allá donde funciona correctamente, este mercado de los medios de comunicación dual y competitivo —que es característico de gran parte de la Unión— asegura la diversidad y la calidad en la prestación de servicios de medios de comunicación en todos los sectores. No obstante, en aquellos casos en los que la financiación pública no sirva para cumplir su mandato en beneficio de todos los espectadores sino, al contrario, para intereses partidistas, debido a la injerencia política en la gobernanza o la línea editorial, las condiciones de los intercambios y la competencia en la Unión podrían verse afectadas en una medida tal que resulte contraria al interés común. El Tribunal de Primera Instancia confirmó que la financiación del servicio público de radiodifusión definido de modo amplio sólo puede declararse conforme con las disposiciones del TFUE sobre ayudas de Estado en la medida en que se respeten las exigencias cualitativas expuestas en el mandato de servicio público¹⁰.

¹⁰ Sentencia del Tribunal de Primera Instancia de 26 de junio de 2008, *SIC/Comisión*, T-442/03, ECLI:EU:T:2008:228, apartado 211.

(30) A pesar de que el riesgo de lo que se suele denominar «captación de medios» es pertinente para todo el mercado de servicios de medios de comunicación, los prestadores del servicio público de medios de comunicación están especialmente expuestos a dicho riesgo, dada su cercanía al Estado. La divergencia o la escasez de salvaguardias para el funcionamiento independiente de los prestadores del servicio público de medios de comunicación podrían impedir o desincentivar la operación o entrada en un determinado mercado de medios de comunicación de los prestadores de servicios de medios de comunicación de otros Estados miembros. Mientras las empresas de medios de comunicación independientes pueden invertir sus recursos en información de gran calidad que cumpla con normas deontológicas en materia periodística, determinados prestadores del servicio público de medios de comunicación «captados» que no respetan dichas normas podrían proporcionar información sesgada y además recibir financiación estatal. La ventaja competitiva que los medios de comunicación independientes pueden lograr gracias a la información independiente podría verse mermada debido a que los prestadores del servicio público de medios de comunicación «captados» podrían mantener su posición de mercado de forma indebida. Los mercados de los medios de comunicación que están politizados pueden afectar a los mercados de publicidad en general, puesto que las empresas deben tener en cuenta el elemento político aparte de diseñar campañas publicitarias eficaces. Una cobertura sesgada sobre la situación política o económica o en relación con determinados agentes económicos de resultados de la captación de los prestadores del servicio público de medios de comunicación, que normalmente son considerados fuentes de información fiables, podría también reducir la capacidad de las empresas de informarse correctamente sobre la situación económica en un mercado concreto, y por consiguiente, su capacidad de tomar decisiones empresariales informadas. Por consiguiente, dicha captación podría repercutir negativamente sobre el funcionamiento del mercado interior. Por último, la información sesgada proporcionada por determinados prestadores del servicio público de medios de comunicación «captados» en algunos Estados miembros podría hacer que la ciudadanía recurra a fuentes de información alternativas, en particular las disponibles en plataformas en línea, debilitando aún más la igualdad de condiciones en el mercado interior.

- (31) Procede por tanto que los Estados miembros, sobre la base de las normas internacionales desarrollados por el Consejo de Europa a este respecto, apliquen salvaguardias legales eficaces para el funcionamiento independiente de los prestadores del servicio público de medios de comunicación en toda la Unión, sin injerencias gubernamentales, políticas o de intereses económicos o privados, sin perjuicio del Derecho constitucional nacional compatible con la Carta. Entre estas salvaguardias se deben incluir principios adaptados a la organización del servicio público de medios de comunicación de cada Estado miembro, como las establecidas en el ámbito de la legislación jurídico-administrativa nacional o en el Derecho de sociedades nacional, según sean de aplicación a empresas cotizadas, por lo que respecta al nombramiento o la destitución de las personas u organismos que puedan intervenir en el establecimiento de políticas editoriales o que constituyan la máxima autoridad decisoria en ese sentido dentro de los prestadores del servicio público de medios de comunicación. Esos principios deben establecerse a escala nacional. También es necesario garantizar que, sin perjuicio de la aplicación de las normas sobre ayudas estatales de la Unión, los prestadores del servicio público de medios de comunicación se beneficien de procedimientos de financiación transparentes y objetivos para asegurar una financiación adecuada y estable para cumplir su mandato de servicio público, permitir la previsibilidad en su planificación y el desarrollo dentro de su mandato de servicio público. Es preferible que esa financiación deba decidirse y adecuarse sobre una base plurianual, en consonancia con el mandato de servicio público de los prestadores del servicio público de medios de comunicación, a fin de evitar el riesgo de influencia indebida que puede derivarse de las negociaciones presupuestarias anuales. El presente Reglamento no afecta a las competencias de los Estados miembros para facilitar la financiación de los prestadores del servicio público de medios de comunicación consagrada en el Protocolo n.º 29.

(32) Es crucial que los destinatarios de servicios de medios de comunicación sepan con certeza a quién pertenecen los medios de comunicación y quién está detrás de ellos, de modo que puedan detectar y entender posibles conflictos de intereses. Esto es un requisito previo necesario para formarse opiniones bien fundadas y, como consecuencia, para participar activamente en una democracia. Esa transparencia es asimismo un instrumento eficaz para desincentivar y por consiguiente limitar el riesgo de injerencia con la independencia editorial. Además, contribuye a un entorno de mercado abierto y justo y refuerza la rendición de cuentas de los medios en lo que respecta a los destinatarios de los servicios de medios de comunicación, contribuyendo en última instancia a la calidad de los servicios de medios de comunicación en el mercado interior. Por ello, es menester introducir requisitos comunes de información para los prestadores de servicios de medios de comunicación de la Unión. Tales requisitos deben incluir requisitos proporcionados y selectivos que exijan a los prestadores de servicios de medios de comunicación la divulgación de información pertinente sobre su propiedad y sus ingresos publicitarios procedentes de autoridades o entidades públicas. Dicha información es necesaria para que los destinatarios de servicios de medios de comunicación puedan entender e informarse sobre posibles conflictos de intereses, en particular en casos en que los propietarios de los medios de comunicación tienen exposición política, como condición previa para su capacidad de determinar la fiabilidad de la información que reciben. Esto solo se puede lograr si los destinatarios de los servicios de medios de comunicación disponen de información actualizada sobre la propiedad de los medios de comunicación, en particular en el momento de ver, escuchar o leer contenidos de los medios de comunicación, para que puedan situar el contenido en el contexto correcto y tener una impresión certera de él. Por consiguiente, la divulgación de información específica sobre la propiedad de los medios de comunicación supondría un beneficio claramente mayor que la posible repercusión que la obligación de divulgación tendría sobre los derechos fundamentales, incluido el derecho a la vida privada y familiar y el derecho de protección de los datos personales. En dicho contexto, las medidas adoptadas por los Estados miembros en virtud del artículo 30, apartado 9, de la Directiva (UE) 2015/849 del Parlamento Europeo y del Consejo¹¹ no deben verse afectadas. Los prestadores de servicios de medios de comunicación correspondientes deben divulgar la información requerida en formato electrónico, por ejemplo en sus sitios web o por cualquier otro medio al que se pueda acceder de manera fácil y directa.

¹¹ 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 (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).

- (33) Para contribuir en mayor medida al alto nivel de transparencia en cuanto a la propiedad de los medios de comunicación, los Estados miembros también deben encomendar la creación de bases de datos de propiedad de los medios de comunicación a las autoridades u organismos reguladores nacionales, o a otras autoridades u organismos competentes. Esas bases de datos deben funcionar como una ventanilla única que permita a los destinatarios de los servicios de medios de comunicación comprobar con facilidad la información pertinente en relación con un determinado prestador de servicios de medios de comunicación. Habida cuenta de las especificidades administrativas nacionales y con vistas al objetivo de reducción de la carga administrativa, los Estados miembros deben contar con flexibilidad a la hora de decidir qué autoridad u organismo se ocupará de la creación de dichas bases de datos de propiedad de los medios de comunicación. Dicha autoridad u organismo, podría ser, por ejemplo, una autoridad u organismo regulador nacional u otro organismo administrativo que contara, a su vez, con la asistencia de otro organismo con los conocimientos adecuados para completar dicha función.

- (34) La integridad de los medios de comunicación también exige un enfoque proactivo para promover la independencia editorial de las empresas de medios de comunicación que ofrecen noticias y contenidos sobre cuestiones de actualidad, en particular a través de salvaguardias internas. Los prestadores de servicios de medios de comunicación deben adoptar medidas proporcionadas para garantizar la libertad de los editores para tomar decisiones editoriales dentro de la línea editorial arraigada del prestador de servicios de medios de comunicación. El objetivo de la protección de las decisiones editoriales, en particular las tomadas por los redactores jefe y los editores, de las injerencias indebidas acerca de contenidos concretos 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. Esas medidas deben tener por objetivo asegurar el respeto de las normas relativas a la independencia a lo largo de todo el proceso editorial dentro de los medios de comunicación, en particular para salvaguardar la integridad del contenido periodístico. Dicho objetivo es también conforme al derecho fundamental de recibir y comunicar información recogido en el artículo 11 de la Carta. En vista de esas consideraciones, los prestadores de servicios de medios de comunicación también deben garantizar la transparencia de los conflictos de interés actuales o potenciales para con los destinatarios de sus servicios.

- (35) Los prestadores de servicios de medios de comunicación deben adoptar salvaguardias internas con vistas a garantizar la independencia de las decisiones editoriales adaptadas a su tamaño, estructura y necesidades. La Recomendación (UE) 2022/1634 de la Comisión¹² facilita un catálogo de salvaguardias internas voluntarias que las empresas de medios de comunicación pueden adoptar a ese respecto. El presente Reglamento no debe interpretarse en el sentido de que priva a los propietarios de prestadores de servicios de medios de comunicación privados de sus prerrogativas de fijación de objetivos estratégicos o generales o de fomento del crecimiento y la viabilidad financiera de sus empresas. A ese respecto, el presente Reglamento debe reconocer que el objetivo de fomentar la independencia editorial necesita reconciliarse con los derechos e intereses legítimos de los propietarios de medios de comunicación privados, como son el derecho a determinar la línea editorial del prestador de servicios de medios de comunicación y el de decidir la composición de sus equipos editoriales.

¹² Recomendación (UE) 2022/1634 de la Comisión, de 16 de septiembre de 2022, sobre salvaguardias internas para la independencia editorial y la transparencia de la propiedad en el sector de los medios de comunicación (DO L 245 de 22.9.2022, p. 56).

(36) Las autoridades u organismos reguladores nacionales independientes son fundamentales para una correcta aplicación de la normativa sobre medios de comunicación en toda la Unión. Si bien las autoridades u organismos reguladores nacionales con frecuencia no disponen de competencias relacionadas con el sector de la prensa, 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, en general según lo contemplado en el presente Reglamento. Las autoridades u organismos reguladores nacionales deben contar con los recursos necesarios para cumplir sus funciones en lo que respecta a la plantilla, el personal especializado y los medios financieros, también para permitir su participación en las actividades Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación (en lo sucesivo, «Comité»). Deben contar con recursos técnicos, como por ejemplo las herramientas digitales pertinentes. En su caso, los Estados miembros aumentarán en la medida de lo posible los recursos asignados a las autoridades u organismos reguladores nacionales, teniendo en cuenta las funciones adicionales que les confiere el presente Reglamento. Las autoridades u organismos reguladores nacionales deben asimismo tener las competencias adecuadas, en concreto para solicitar información y datos a cualquier persona física o jurídica a la que se aplique el presente Reglamento, o que, por motivos relacionados con sus actividades comerciales o empresariales o su profesión, podría razonablemente estar en posesión de la información y los datos necesarios, con respeto de los derechos e intereses de dichas personas.

- (37) Con el fin de garantizar que el presente Reglamento y otras normas de la Unión en materia de medios de comunicación se aplican de forma coherente, es necesario crear el Comité como un organismo consultivo independiente a escala de la Unión que agrupe a las autoridades u organismos reguladores nacionales y coordine su actuación. En el desempeño de sus funciones y el ejercicio de sus competencias, el Comité debe ser totalmente independiente, también frente a cualquier influencia política o económica, y no debe pedir ni recibir instrucciones de ningún Gobierno, institución, ya sea nacional, supranacional o internacional, ni de ninguna persona u organismo público o privado. El Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA, por sus siglas en inglés), establecido por la Directiva 2010/13/UE, ha desempeñado un papel esencial en la promoción de la ejecución coherente de dicha Directiva. 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 puesto que se limita a disposiciones que los Estados miembros no han de transponer y cuyos destinatarios son las instituciones de la Unión.

- (38) El Comité debe reunir a representantes de peso de las autoridades u organismos reguladores nacionales. Las autoridades u organismos reguladores nacionales deben nombrar a dichos representantes. Cuando los Estados miembros cuenten con varias autoridades u organismos reguladores nacionales 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. Las autoridades u organismos reguladores nacionales deben poder consultar y coordinar con las autoridades u organismos competentes pertinentes y, en su caso, con los organismos de autorregulación en sus Estados miembros para la realización de sus actividades dentro del Comité. 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 poder invitar a sus reuniones, en cada caso concreto, a expertos externos. También debe poder designar, de acuerdo con la Comisión, a observadores permanentes para que acudan a sus reuniones, incluidos, en particular, las autoridades u organismos reguladores nacionales de los países candidatos o candidatos potenciales, o delegados *ad hoc* de otras autoridades nacionales competentes.

- (39) Debido a la naturaleza sensible del sector de los medios de comunicación y partiendo de la práctica de las decisiones del ERGA establecida en su reglamento interno, el Comité debe adoptar sus decisiones por mayoría de dos tercios de los votos. En concreto, el reglamento interno del Comité debe especificar el papel, las funciones y los procedimientos de nombramiento de las personas que ostenten la presidencia y la vicepresidencia, y las medidas para la prevención y la gestión de conflictos de interés de los miembros del Comité. Para apoyar a la presidencia y la vicepresidencia, el Comité debe contar con la posibilidad de establecer un equipo de dirección, cuya composición tendrá debidamente en cuenta el principio de equilibrio geográfico. El Comité debe determinar las disposiciones específicas para el equipo de dirección en su reglamento interno. La presidencia y vicepresidencia del ERGA, con el asesoramiento del Comité del ERGA, deben facilitar una transición ordenada, transparente y eficaz del ERGA al Comité, hasta la elección de las personas que ostenten la presidencia y la vicepresidencia del Comité.

- (40) En aquellos casos en que el Comité se ocupe de asuntos que no entren dentro del ámbito del sector audiovisual, debe confiar en un mecanismo de consulta eficaz en el que participen partes interesadas de los sectores de medios de comunicación pertinentes activos tanto a escala de la Unión como nacional. Dichos interlocutores podrían ser consejos de prensa, asociaciones periodísticas, sindicatos y asociaciones empresariales. El Comité debe otorgar a dichas partes interesadas la posibilidad de atraer la atención sobre las novedades y las cuestiones pertinentes de cada sector. El mecanismo de consulta debe permitir al Comité recopilar información específica de las partes interesadas pertinentes y obtener información útil para apoyar su labor. Al establecer las disposiciones del mecanismo de consulta en su reglamento interno, el Comité debe tener en cuenta la necesidad de transparencia, diversidad y representación geográfica equitativa. El Comité debe asimismo poder consultar al mundo académico para obtener información pertinente adicional.

- (41) Sin perjuicio de las competencias que los Tratados confieren a la Comisión, es esencial que la Comisión y el Comité cooperen estrechamente, permitiendo al Comité proporcionar asesoramiento y apoyo a la Comisión en asuntos relacionados con los servicios de medios de comunicación dentro de su ámbito de competencia. El Comité debe apoyar activamente a la Comisión en sus funciones de garantizar la aplicación coherente y efectiva del presente Reglamento y la 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, experiencias y mejores prácticas, y redactar dictámenes en los casos que disponga el presente Reglamento, teniendo en cuenta, en su caso, la situación en cuanto a la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación en los mercados de medios de comunicación de que se trate. Dichos dictámenes no deben ser jurídicamente vinculantes, sino que deben servir de orientación para las autoridades u organismos reguladores nacionales de que se trate y la Comisión podría tenerlos en consideración en su labor de asegurar la aplicación coherente y efectiva del presente Reglamento y la ejecución de la Directiva 2010/13/UE. Al hacer todo lo posible por poner en práctica los dictámenes del Comité, o al explicar correctamente cualquier desviación de ellos, se considerará que las autoridades u organismos reguladores nacionales han hecho todo lo posible por tener en cuenta los dictámenes del Comité.

- (42) Para cumplir sus funciones de forma eficaz e independiente, el Comité debe contar con la asistencia de una secretaría dedicada a las actividades del Comité. La Comisión debe prestar los servicios de secretaría. La secretaría debe contar con los recursos adecuados para el desempeño de sus funciones. Sin perjuicio de la autonomía institucional y presupuestaria de la Comisión, es importante que esta tenga en cuenta las necesidades comunicadas por el Comité, en particular en relación con las cualificaciones, los conocimientos especializados y el perfil del personal de la secretaría para el desempeño efectivo de sus funciones. La secretaría también debe poder apoyarse en el conocimiento especializado y los recursos de las autoridades u organismos reguladores nacionales. Ello sería fundamental para asistir al Comité a la hora de preparar los documentos que deba emitir. Por lo tanto, la secretaría debe incluir un número adecuado de personal enviado en comisión de servicios por las autoridades u organismos reguladores nacionales para beneficiarse de sus competencias y experiencia. En su misión de contribuir a la ejecución independiente de las funciones del Comité, la secretaría debe seguir únicamente las instrucciones del Comité cuando apoye al Comité en el cumplimiento de sus funciones con arreglo al presente Reglamento. La secretaría debe prestar apoyo material, administrativo y logístico al Comité, y asistirle en el desempeño de sus funciones, en particular mediante la realización de actividades de investigación pertinentes o de actividades de recopilación de información.

- (43) La cooperación normativa entre autoridades u organismos reguladores independientes en materia de servicios 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 Unión para los servicios de comunicación audiovisual mediante la Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo¹³, 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 Unión y que el presente Reglamento tiene por objeto abordar, también encomendando nuevas funciones a las autoridades u organismos reguladores nacionales.

¹³ 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).

- (44) Consciente de esos retos, y con el fin de responder a la necesidad de una cooperación más estrecha en el ámbito de los servicios de comunicación audiovisual, en 2020, el ERGA acordó un memorando de entendimiento que estableció mecanismos no vinculantes de cooperación transfronteriza para reforzar la aplicación de las normas de la Unión pertinentes para los servicios de comunicación audiovisual y los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma. Sobre la base de dicho marco voluntario y con el fin de garantizar la aplicación efectiva del acervo de la Unión en materia de medios de comunicación, de prevenir la aparición de nuevas barreras en el mercado interior de los servicios de medios de comunicación y de evitar la posible elusión de las normas aplicables por parte de prestadores deshonestos de servicios de medios de comunicación, resulta esencial establecer un marco claro y jurídicamente vinculante para que las autoridades u organismos reguladores nacionales cooperen entre sí de manera eficaz y eficiente dentro del marco jurídico establecido. Dicho marco es crucial para defender el principio del país de origen, que es una piedra angular de la Directiva 2010/13/UE, y para garantizar que las autoridades u organismos reguladores nacionales puedan supervisar a los prestadores de servicios de medios de comunicación pertinentes. El objetivo debe ser garantizar la aplicación coherente y eficaz del presente Reglamento y la ejecución de la Directiva 2010/13/UE, por ejemplo garantizando un intercambio fluido de información entre las autoridades u organismos reguladores nacionales o permitiendo abordar rápidamente las consultas relacionadas con cuestiones de jurisdicción. Cuando las autoridades u organismos reguladores nacionales intercambien información, debe respetarse toda el Derecho de la Unión y nacional pertinente en materia de intercambio de información, incluida el Derecho en materia de protección de datos pertinente. Dicha cooperación, y en particular la cooperación acelerada, es de vital importancia para apoyar las acciones destinadas a proteger el mercado interior de dichos prestadores deshonestos de servicios de medios de comunicación, garantizando al mismo tiempo el respeto de los derechos fundamentales, en particular la libertad de expresión. En particular, la cooperación acelerada es necesaria para evitar que los servicios de medios de comunicación que han sido suspendidos en determinados Estados miembros con arreglo al artículo 3, apartados 3 y 5, de la Directiva 2010/13/UE sigan prestándose vía satélite o por otros medios en dichos Estados miembros, y contribuir así, de conformidad con el Derecho de la Unión, al efecto útil de las medidas nacionales pertinentes. Los dictámenes del Comité serán importantes para el funcionamiento eficaz del mecanismo de cooperación.

(45) 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 usuarios de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma de determinados contenidos ilícitos y nocivos, también cuando se trate de comunicaciones comerciales. En particular, sin perjuicio del principio del país de origen, es necesario un mecanismo que permita a cualquier autoridad u organismo regulador nacional pertinente solicitar a su homólogo que adopte las medidas necesarias y proporcionadas para garantizar el cumplimiento de las obligaciones por parte de los prestadores de plataformas de intercambio de vídeos con arreglo al artículo 28 *ter*, apartados 1, 2 y 3, de la Directiva 2010/13/UE. Esto es fundamental para garantizar que las audiencias, y en particular los menores, estén eficazmente protegidos en toda la Unión a la hora de acceder a los contenidos de las plataformas de intercambio de vídeos y que puedan contar con un nivel adecuado de transparencia en lo que respecta a las comunicaciones comerciales en línea. La mediación y los dictámenes del Comité permitirán garantizar resultados mutuamente aceptables y satisfactorios para las autoridades u organismos reguladores nacionales de que se trate. Cuando el uso de dicho mecanismo no conduzca a una solución amistosa, la libertad de facilitar servicios de la sociedad de la información desde otro Estado miembro solo puede restringirse cuando se hayan cumplido las condiciones previstas en el artículo 3 de la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo¹⁴ y se haya seguido el procedimiento que se establece en él.

¹⁴ 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).

- (46) Es esencial garantizar una práctica reguladora coherente, la aplicación coherente y efectiva del presente Reglamento y la ejecución de la Directiva 2010/13/UE. A estos efectos y con objeto de contribuir a garantizar la convergencia en la aplicación del Derecho de la Unión en materia de medios de comunicación, la Comisión debe poder publicar, cuando sea necesario, directrices sobre asuntos transfronterizos tratados tanto por el presente Reglamento como por la Directiva 2010/13/UE. Cuando decida publicar directrices, y a la luz de los debates pertinentes con el Comité de contacto instituido por la Directiva 2010/13/UE para asuntos relacionados con dicha Directiva, la Comisión debe tomar en consideración, en particular, las cuestiones de regulación que afecten a un número significativo de Estados miembros o las cuestiones de regulación en que concurra un elemento transfronterizo. En vista de la abundante información y del creciente uso de medios digitales para acceder a los medios de comunicación, es importante que se garantice la prominencia de los contenidos de interés general, a fin de ayudar a que se alcancen unas condiciones equitativas de competencia en el mercado interior y a que se cumpla el derecho fundamental de recibir información, consagrado en el artículo 11 de la Carta. Dadas las posibles repercusiones de las medidas nacionales adoptadas con arreglo al artículo 7 *bis* de la Directiva 2010/13/UE sobre el funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación, sería importante disponer de directrices de la Comisión para lograr la seguridad jurídica en dicho ámbito. También resultaría útil facilitar orientaciones sobre las medidas adoptadas en virtud del artículo 5, apartado 2, de la Directiva 2010/13/UE para garantizar la disponibilidad pública de información accesible, precisa y actualizada relativa a la propiedad de los medios de comunicación y las medidas adoptadas en lo que concierne al deber de los prestadores de servicios de medios de comunicación de hacer accesible de forma fácil y directa a los destinatarios de sus servicios determinada información actualizada. En la preparación de las directrices, 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 directrices correspondientes.

(47) Las autoridades u organismos reguladores nacionales cuentan con una experiencia práctica concreta que les permite equilibrar de forma eficaz los intereses de los prestadores de servicios de medios de comunicación y los destinatarios de servicios de medios de comunicación, a la vez que garantizan el respeto de la libertad de expresión y que salvaguardan y fomentan el pluralismo de los medios de comunicación. Esto resulta esencial, en particular, cuando se trata de proteger el mercado interior de servicios de medios de comunicación de fuera de la Unión, con independencia de los medios por los que se distribuyan o se acceda a ellos, que se dirigen o llegan a audiencias de la Unión cuando, por ejemplo en vista del control que sobre ellos podrían ejercer terceros países, podrían perjudicar o plantear un riesgo de perjudicar la seguridad pública. Un riesgo de perjudicar la seguridad pública podría referirse a una provocación pública para cometer un delito de terrorismo como se establece en el artículo 5 de la Directiva (UE) 2017/541 del Parlamento Europeo y del Consejo¹⁵ y a campañas sistemáticas e internacionales de manipulación de información e injerencia por parte de agentes extranjeros con vistas a desestabilizar a la Unión en su conjunto o a determinados Estados miembros. A ese respecto, la coordinación entre las autoridades u organismos reguladores nacionales para hacer frente conjuntamente a posibles amenazas contra la seguridad pública 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 el Derecho de la Unión en materia de medios de comunicación.

¹⁵ Directiva (UE) 2017/541 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de marzo de 2017, relativa a la lucha contra el terrorismo y por la que se sustituye la Decisión Marco 2002/475/JAI del Consejo y se modifica la Decisión 2005/671/JAI del Consejo (DO L 88 de 31.3.2017, p. 6).

- (48) Es necesario coordinar las medidas nacionales que podrían adoptarse para contrarrestar las amenazas contra la seguridad pública por parte de servicios de medios de comunicación procedentes de fuera o establecidos fuera de la Unión y dirigidos a audiencias de la Unión, incluida la posibilidad de que el Comité, en consulta con la Comisión, emita dictámenes sobre dichas medidas, según proceda, en particular cuando una situación afecte a varios Estados miembros. A este respecto, los riesgos para la seguridad pública deben evaluarse teniendo en cuenta todos los elementos de hecho y de Derecho pertinentes, a escala de la Unión y nacional, incluida cualquier evaluación existente de cómo se difunde o recibe el servicio de medios de comunicación de que se trate en el territorio de la Unión. El objetivo debe ser permitir un enfoque más coordinado para las autoridades u organismos reguladores nacionales correspondientes en relación con las restricciones a la distribución de dichos servicios de medios de comunicación, sin perjuicio de las competencias de los Estados miembros o de sus autoridades u organismos reguladores nacionales de conformidad con el Derecho de la Unión. A este respecto, las autoridades u organismos reguladores nacionales correspondientes deben poder tener en cuenta los dictámenes del Comité a la hora de considerar la adopción de medidas contra un prestador de servicios de medios de comunicación. Esto se entiende sin perjuicio de las competencias de la Unión en virtud del artículo 215 del TFUE.

- (49) Con el fin de seguir apoyando a las autoridades u organismos reguladores nacionales en su función de proteger el mercado interior de los servicios de medios de comunicación frente a los prestadores deshonestos de servicios de medios de comunicación, el Comité debe elaborar una lista de criterios relativos a los prestadores de servicios de medios de comunicación establecidos fuera u originarios de fuera de la Unión. Esa lista ayudaría a las autoridades u organismos reguladores nacionales de que se trate en aquellas situaciones en las que un prestador de servicios de medios de comunicación que busque acogerse a la jurisdicción de un Estado miembro o se encuentre ya bajo su jurisdicción parezca entrañar un riesgo serio y grave para la seguridad pública. Los elementos que deben incluirse en dicha lista podrían referirse, entre otras cuestiones, a la propiedad, la gestión, las estructuras de financiación, la independencia editorial de terceros países o la adhesión a mecanismos de corregulación o de autorregulación por los que se rijan las normas editoriales en uno o varios Estados miembros.

(50) Las plataformas en línea de muy gran tamaño actúan, para muchos usuarios, como puertas de acceso a la prestación de contenido y servicios de medios de comunicación. Los prestadores de servicios de medios de comunicación que ejercen la responsabilidad editorial sobre sus contenidos desempeñan un papel primordial en la distribución de la información y en el ejercicio del derecho de recibir y de comunicar informaciones en línea. En el ejercicio de esa responsabilidad editorial, se espera que los prestadores de servicios de medios de comunicación actúen con diligencia y que la información que faciliten sea fiable y respete los derechos humanos, en consonancia con los requisitos de regulación o los mecanismos de corregulación o autorregulación a los que estén sujetos en los Estados miembros. Asimismo, en vista igualmente del derecho de los usuarios de recibir y de comunicar informaciones, cuando un prestador de una plataforma en línea de muy gran tamaño considere que los contenidos facilitados por esos prestadores de servicios de medios de comunicación son incompatibles con las condiciones que rigen sus plataformas, debe tomar debidamente en consideración tanto la libertad y como el pluralismo de los medios de comunicación, de conformidad con el Reglamento (UE) 2022/2065 y proporcionar, lo más pronto posible, las explicaciones necesarias a los prestadores de servicios de medios de comunicación mediante la declaración de motivos a que se refiere el artículo 4, apartado 1, del Reglamento (UE) 2019/1150 del Parlamento Europeo y del Consejo¹⁶ y del artículo 17 del Reglamento (UE) 2022/2065. Para minimizar los efectos de cualquier restricción a esos contenidos sobre el derecho de los usuarios de recibir y de comunicar informaciones, las plataformas en línea de muy gran tamaño deben presentar su declaración de motivos antes de que surta efecto la suspensión o restricción de la visibilidad. Además, deben ofrecer al prestador de servicios de medios de comunicación correspondiente la oportunidad de responder a la declaración de motivos, en un plazo de veinticuatro horas desde su recepción, antes de que surta efecto la suspensión o la restricción de visibilidad. Podría aplicarse un plazo más breve en caso de crisis en el sentido del artículo 36, apartado 2, del Reglamento (UE) 2022/2065, en particular para tener en cuenta la necesidad urgente de moderar el contenido pertinente en tales circunstancias excepcionales.

¹⁶ 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).

- (51) El uso de etiquetado o de herramientas de verificación de la edad por parte de los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño de conformidad con sus condiciones de servicio y con el Derecho de la Unión no debe entenderse como una restricción de la visibilidad. Tras la respuesta de un prestador de servicios de medios de comunicación a la declaración de motivos de un prestador de una plataforma en línea de muy gran tamaño, o a falta de dicha respuesta en el plazo establecido, dicho prestador de una plataforma en línea de muy gran tamaño debe informar al prestador de servicios de medios de comunicación si tiene la intención de proceder a la suspensión de la prestación de sus servicios de intermediación en línea en relación con los contenidos ofrecidos por el prestador de servicios de medios de comunicación o a la restricción de la visibilidad de dichos contenidos. El presente Reglamento no debe afectar a las obligaciones de los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño de adoptar medidas contra los contenidos ilegales difundidos a través de sus servicios, o de adoptar medidas para evaluar y reducir los riesgos sistémicos que plantean sus servicios, por ejemplo, a través de la desinformación, o de adoptar medidas para proteger a los menores. En ese contexto, nada de lo dispuesto en el presente Reglamento debe interpretarse como una desviación de las obligaciones de los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño con arreglo a los artículos 28, 34 y 35 del Reglamento (UE) 2022/2065 y al artículo 28 *ter* de la Directiva 2010/13/UE.
- (52) 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 cumplan determinadas normas de regulación, corregulación o autorregulación, sus denuncias frente a decisiones de los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño se tramiten de forma prioritaria y sin demora indebida.

- (53) A tal fin, los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño que den acceso a contenidos de medios de comunicación 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 rechazar dichas autodeclaraciones cuando consideren que dichas condiciones no se cumplen. Cuando un prestador de servicios de medios de comunicación declare cumplir los requisitos de regulación o un mecanismo de corregulación o autorregulación, debe poder facilitar los datos de contacto de la autoridad u organismo regulador nacional pertinente o de los representantes del mecanismo de corregulación o autorregulación, incluidos los proporcionados por asociaciones profesionales ampliamente reconocidas que representen a un sector determinado y operen a escala nacional o de la Unión. En caso de dudas razonables, dicha información permitiría al prestador de una plataforma en línea de muy gran tamaño confirmar con dichas autoridades u organismos si el prestador de servicios de medios de comunicación está sujeto a tales requisitos o mecanismos. Cuando proceda, los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño deben basarse en la información relativa a la adhesión a esos requisitos, como la norma de lectura mecánica de la Iniciativa de Periodismo de Confianza, desarrollada bajo la dirección del Comité Europeo de Normalización u otros códigos de conducta pertinentes. Las organizaciones de la sociedad civil reconocidas, las organizaciones de verificación de datos y otras organizaciones profesionales pertinentes que reconozcan la integridad de las fuentes de medios de comunicación sobre la base de normas acordadas con el sector de los medios de comunicación también deben tener la posibilidad de señalar a los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño posibles casos de incumplimiento por parte de los prestadores de servicios de medios de comunicación de los requisitos pertinentes para la autodeclaración. Las directrices publicadas por la Comisión serían fundamentales para facilitar una aplicación eficaz de dicha funcionalidad. Dichas directrices deben contribuir a minimizar los riesgos de posible abuso de la funcionalidad, en particular por parte de los prestadores de servicios de medios de comunicación implicados sistemáticamente en desinformación, manipulación de la información e injerencia, incluidos los controlados por determinados terceros países, teniendo en cuenta los criterios que debe desarrollar el Comité relativos a los prestadores de servicios de medios de comunicación de fuera de la Unión. A tal fin, dichas directrices podrían abarcar mecanismos relacionados con la participación de organizaciones de la sociedad civil reconocidas, incluidas las organizaciones de verificación de datos, en la revisión de las declaraciones, o con la consulta de las autoridades u organismos reguladores nacionales o de los organismos de corregulación o de autorregulación.

- (54) El presente Reglamento reconoce la importancia de los mecanismos de corregulación y autorregulación en el contexto de la prestación de servicios de medios de comunicación en plataformas en línea de muy gran tamaño. Tales mecanismos representan un tipo de iniciativa voluntaria, por ejemplo en forma de códigos de conducta, que permite a los prestadores de servicios de medios de comunicación o a sus representantes adoptar directrices comunes, en particular sobre normas éticas, la corrección de errores o gestión de denuncias, entre ellos mismos y para sí mismos. Una autorregulación sólida, inclusiva y ampliamente aceptada de los medios de comunicación representa una garantía eficaz de la calidad y del profesionalismo de los servicios de medios de comunicación y resulta clave para salvaguardar la integridad editorial.
- (55) Los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño deben entablar un diálogo con los prestadores de servicios de medios de comunicación que respeten las normas de credibilidad y transparencia y que consideren que las plataformas en línea de muy gran tamaño les imponen reiteradamente restricciones o suspensiones acerca de sus contenidos sin motivos suficientes, a fin de hallar una solución amistosa para poner fin a las restricciones o suspensiones injustificadas y evitarlas en el futuro. Los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño deben participar en dichos diálogos de buena fe, prestando particular atención a la salvaguardia de la libertad de los medios de comunicación y de la libertad de información. El Comité debe informar a la Comisión de sus dictámenes sobre el resultado de dichos diálogos. La Comisión puede tener en cuenta dichos dictámenes en el contexto de la aplicación del Reglamento (UE) 2022/2065.

- (56) 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 prestadores 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, también en lo que se refiere a los procesos de moderación por parte de las plataformas en línea de muy gran tamaño, y hacer un seguimiento de la adhesión a iniciativas de autorregulación tendentes a proteger a los usuarios de contenidos nocivos, incluidas las destinadas a combatir 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 como parte de su aplicación del Reglamento (UE) 2022/2065 y pedir al Comité que le preste apoyo a tal fin.

- (57) Los destinatarios de los servicios de medios de comunicación que ofrecen programas deben poder escoger de forma efectiva los contenidos que quieren ver o escuchar conforme a sus preferencias. Su libertad de escoger contenidos podría, no obstante, verse constreñida por las prácticas comerciales en el sector de los medios de comunicación, como acuerdos para la priorización de contenidos entre prestadores de servicios de medios de comunicación y fabricantes de dispositivos o proveedores de interfaces de usuario que controlen o gestionen el acceso a servicios de medios de comunicación que ofrecen programas y su uso, como los televisores conectados o sistemas de audio para automóviles. La determinación de prioridades puede aplicarse, por ejemplo, en la pantalla de inicio de un dispositivo, mediante ajustes del equipo o menús contextuales del programa informático, aplicaciones y áreas de búsqueda, lo cual tiene repercusiones sobre el comportamiento de los destinatarios, dado que estos podrían verse indebidamente incentivados a escoger la oferta de determinados medios de comunicación respecto a la de otros. La elección del usuario también podría verse limitada por circuitos cerrados de aplicaciones preinstaladas. Los usuarios deben poder cambiar, en cualquier momento, de una manera simple, fácilmente accesible y fácil de usar, la configuración, incluidos los ajustes por defecto de un dispositivo, como los controles remotos, o de una interfaz de usuario que controle o gestione el acceso a servicios de medios de comunicación que ofrecen programas y su uso. Esto debe entenderse en el sentido que abarca todas las funciones de personalización de dispositivos o interfaces de usuario que orientan o guían a los usuarios en sus elecciones de servicios de medios de comunicación o contenidos a los que desean acceder y permitirles encontrar o descubrir dichos servicios o contenidos, teniendo en cuenta el objetivo de un acceso justo a los servicios de medios de comunicación en su plena diversidad, desde la perspectiva tanto de los usuarios como de los prestadores de servicios de medios de comunicación. Dicho derecho no debe extenderse a elementos individuales, como programas, dentro de un catálogo de servicios a petición, y es 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/UE, así como del artículo 7 *ter* de dicha Directiva, adoptadas en aras de consideraciones legítimas de interés público. Al comercializar sus productos, los fabricantes, desarrolladores e importadores deben poder demostrar la facilidad de uso efectiva de la funcionalidad requerida. Por medio de las medidas oportunas, los Estados miembros deben garantizar, mediante las medidas apropiadas, que los dispositivos e interfaces comercializados en su territorio por los participantes en el mercado pertinentes cumplan los requisitos correspondientes establecidos en el presente Reglamento. Esto puede lograrse a través del seguimiento de la aplicación y la eficacia de las medidas adoptadas por dichos participantes en el mercado.

- (58) Las identidades visuales de los prestadores de servicios de medios de comunicación consisten en marcas, logotipos, marcas comerciales u otros rasgos característicos y permiten a los destinatarios de los servicios de medios de comunicación que ofrecen programas determinar fácilmente quién asume la responsabilidad editorial del servicio. Las identidades visuales son también un activo competitivo clave para los prestadores de servicios de medios de comunicación, ya que les permite diferenciar su oferta de medios de comunicación en el mercado. Por tanto, es importante que se mantengan las identidades visuales de los prestadores de servicios de medios de comunicación que ofrecen programas cuando los usuarios accedan a sus servicios a través de dispositivos e interfaces de usuario diferentes. A tal fin, los fabricantes, desarrolladores e importadores de dispositivos e interfaces de usuario deben garantizar que no se retiren ni modifiquen dichas identidades visuales ofrecidas por dichos prestadores de servicios de medios de comunicación.
- (59) A fin de garantizar unas condiciones equitativas de competencia en la prestación de diferentes servicios de medios de comunicación que ofrecen programas ante la evolución tecnológica en el mercado interior y para garantizar el acceso justo a los servicios de medios de comunicación con su plena diversidad, es necesario fomentar el desarrollo de normas armonizadas comunes para los dispositivos e interfaces de usuario que controlan o gestionan el acceso a los servicios de medios de comunicación que ofrecen programas o a las señales digitales que transportan los contenidos desde su origen hasta su destino, así como su uso. 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 alentar el desarrollo de soluciones que cumplan las obligaciones vigentes en lo que respecta a los servicios de medios de comunicación.

(60) Las diversas medidas legislativas, reglamentarias y administrativas podrían estar justificadas y favorecer el pluralismo de los medios de comunicación. Sin embargo, algunas medidas pueden obstaculizar o hacer menos atractivo el ejercicio de la libertad de establecimiento y la libre prestación de servicios en el sector de los medios de comunicación, en detrimento del pluralismo de los medios de comunicación o la independencia editorial de los prestadores de servicios de medios de comunicación que operan en el mercado interior. Esas medidas pueden tomar diferentes formas, 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. También incluyen las decisiones relativas a la concesión de licencias, como la revocación o dificultar la renovación de las licencias de los prestadores de servicios de medios de comunicación, así como las decisiones relativas a 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 pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial de los prestadores de servicios de medios de comunicación con actividad en el mercado interior y reforzar la seguridad jurídica en el mercado interior para los servicios de los medios de comunicación, es importante que esas medidas se ajusten a los principios de justificación objetiva, transparencia, no discriminación y proporcionalidad. Las medidas administrativas que sean susceptibles de afectar al pluralismo de los medios de comunicación o a la independencia editorial deben adoptarse en plazos previsibles. Dichos plazos deben ser de una duración suficiente para garantizar que los prestadores de servicios de medios de comunicación evalúen adecuadamente las medidas y sus consecuencias previsibles. Asimismo, los prestadores de servicios de medios de comunicación afectados de forma individual y directa por medidas reglamentarias y administrativas deben tener el derecho de recurrir dichas medidas ante un órgano de apelación independiente. Si el órgano de apelación no es un órgano jurisdiccional, debe tener los recursos adecuados necesarios para su buen funcionamiento.

(61) Sin perjuicio de la aplicación de las normas de la Unión en materia de competencia y ayudas estatales, así como las medidas nacionales adoptadas de conformidad con dichas normas, es fundamental que el Comité, cuando las medidas nacionales normativas o administrativas puedan afectar en gran medida a la actividad de los prestadores de servicios de medios de comunicación en el mercado interior, esté facultado para emitir un dictamen. Los dictámenes del Comité deben centrarse en medidas nacionales que puedan perturbar las actividades de los prestadores de servicios de medios de comunicación en el mercado interior, por ejemplo, impidiendo u obstruyendo su actividad de tal manera que la prestación de sus servicios de medios de comunicación en un mercado determinado se vea gravemente comprometida. Este puede ser el caso cuando una medida nacional de carácter administrativo vaya dirigida específicamente a un prestador de servicios de medios de comunicación que preste sus servicios en más de un Estado miembro, o cuando afecte a un prestador de servicios de medios de comunicación que, debido a, entre otras cosas, sus cuotas de mercado, audiencia o nivel de circulación, tenga una influencia significativa en la formación de la opinión pública en ese Estado miembro y evite que dichos prestadores de servicios de medios de comunicación operen de forma eficaz en un mercado dado o entren en uno nuevo. El Comité puede emitir dichos dictámenes por iniciativa propia y debe emitirlos cuando los solicite la Comisión. El Comité también debe estar facultado para emitir un dictamen sobre dichas medidas a solicitud de prestadores de servicios de medios de comunicación afectados de forma individual y directa. A tal fin, el prestador de servicios de medios de comunicación de que se trate debe presentar al Comité una solicitud debidamente justificada y motivada. En su solicitud, el prestador de servicios de medios de comunicación de que se trate debe indicar específicamente si ya ha agotado todas las vías de recurso nacionales disponibles impugnando las medidas controvertidas ante los órganos jurisdiccionales nacionales u ante otras autoridades u organismos nacionales competentes, así como el tipo de decisión o decisiones resultantes. La solicitud debe indicar las razones por las que el prestador de servicios de medios de comunicación de que se trate considera que la medida o medidas controvertidas afectan significativamente a su actividad en el mercado interior, así como las razones por las que considera que dicha medida o medidas afectan su situación jurídica de forma individual y directa.

(62) Las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación se evalúan de manera diferente en toda la Unión desde el punto de vista del pluralismo de los medios de comunicación. Las normas y procedimientos relativos a la evaluación de concentraciones en el mercado de los medios de comunicación varían en toda la Unión. Algunos Estados miembros se basan únicamente en la evaluación de la competencia, mientras que otros disponen de marcos específicos para las evaluaciones concretas de las concentraciones de pluralismo de los medios de comunicación. En este último caso, existen diferencias considerables. En algunos casos, se examinan todas las transacciones de los medios de comunicación, independientemente de si alcanzan determinados umbrales, mientras que en otros casos la evaluación se realiza solo si se superan umbrales específicos o si se cumplen determinados criterios cualitativos. Por ejemplo, a efectos de dicha evaluación, algunos Estados miembros aplican multiplicadores de ingresos con el fin de asegurar que las amenazas en materia de competencia no pasan desapercibidas y el control se lleva a cabo incluso cuando los medios de comunicación en cuestión tienen ingresos bajos. Cuando existen, también hay diferencias en los procedimientos aplicables al control de las transacciones de mercado con fines de pluralismo de los medios de comunicación. Dicho control a menudo lo lleva a cabo de forma independiente la autoridad reguladora de los medios de comunicación a través de una evaluación independiente o la autoridad competente con la intervención de la autoridad reguladora de los medios de comunicación mediante un dictamen, que puede ser bien una contribución independiente, bien en forma de opiniones u observaciones escritas en el contexto de una evaluación en curso. Determinadas normas nacionales permiten a los ministerios u organismos gubernamentales intervenir en el control de los mercados de los medios de comunicación por motivos no económicos, que pueden abarcar desde la protección del pluralismo de los medios de comunicación hasta la salvaguardia de la seguridad pública u otros intereses generales.

(63) La divergencia y la falta de coordinación entre las normas y procedimientos de los Estados miembros aplicables a las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación pueden dar lugar a inseguridad jurídica así como a cargas reglamentarias, administrativas o económicas para las empresas de medios de comunicación que desean operar a escala transfronteriza, distorsionando así la competencia en el mercado interior para los servicios de medios de comunicación. En algunos casos, las medidas nacionales en este ámbito pueden impedir de forma eficaz que una empresa de medios de comunicación establecida en la Unión entre en otro mercado nacional, sin estar verdaderamente dirigidas a promover el pluralismo de los medios de comunicación¹⁷. En última instancia, en lugar de conseguir una mayor pluralidad de los medios de comunicación, esto podría reforzar la dinámica oligopolística en el mercado de los medios de comunicación. Con el fin de reducir las trabas que obstaculizan la capacidad de los prestadores de servicios de medios de comunicación para operar en el mercado interior, es importante que este Reglamento establezca un marco común para evaluar las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación en toda la Unión.

¹⁷ Sentencia del Tribunal de Justicia de 3 de septiembre de 2020, *Vivendi SA / Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni*, C-719/18, ECLI:EU:C:2020:627.

(64) Los medios de comunicación desempeñan un papel decisivo en la configuración de la opinión pública y ofrecen a los ciudadanos información pertinente para participar activamente en los procesos democráticos. Por ese motivo, los Estados miembros, independientemente de las evaluaciones en virtud del Derecho de la competencia, deben establecer normas y procedimientos en su Derecho nacional que permitan llevar a cabo una evaluación de las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación que puedan tener o tengan ya un pacto significativo sobre el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial. En este contexto, el pluralismo de los medios de comunicación debe entenderse como la posibilidad de acceder a una variedad de servicios y contenidos de medios de comunicación que reflejen diferentes opiniones, voces y análisis. Dichas normas y procedimientos nacionales pueden tener repercusiones sobre la libertad de prestar servicios de medios de comunicación en el mercado interior, y deben estar definidos adecuadamente 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 el mercado de que se trate y por tanto tenga una influencia sustancial sobre la formación de la opinión pública en un mercado de medios de comunicación determinado en uno o más Estados miembros. Un criterio importante que debe tenerse en cuenta es la reducción de las opiniones diferentes dentro de ese mercado, como consecuencia de la concentración en el mercado de los medios de comunicación.

- (65) Las autoridades u organismos reguladores nacionales, que tienen conocimientos especializados 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. La participación de dichas autoridades u organismos reguladores nacionales debe ser sustancial, por ejemplo, garantizando que se tengan en cuenta sus opiniones en la evaluación de la competencia. A fin de fomentar la seguridad jurídica y garantizar que las normas y procedimientos nacionales que permitan realizar una evaluación de las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación que puedan tener o tengan ya efectos sobre el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial 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.
- (66) 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, 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 y debe ser diferente de la ella. Por tanto, cualquier medida adoptada por las autoridades u organismos reguladores nacionales designados o por las autoridades u organismos reguladores nacionales que intervengan sobre la base de su evaluación de las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación que puedan repercutir en el pluralismo de estos o su independencia editorial debe ir destinada a proteger los intereses legítimos en el sentido del artículo 21, apartado 4, párrafo segundo, del Reglamento (CE) n.º 139/2004, y debe ir en consonancia con los principios generales y otras disposiciones del Derecho de la Unión. El presente Reglamento debe entenderse sin perjuicio de normas nacionales más específicas aplicables a las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación que tengan lugar, en concreto, a escala regional o local.

- (67) El Comité debe estar facultado para emitir dictámenes sobre proyectos de evaluación de las autoridades u organismos reguladores nacionales designados o sobre proyectos de dictamen de las autoridades u organismos reguladores nacionales participantes cuando las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación puedan afectar al funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación. Este sería el caso, por ejemplo, cuando esas concentraciones impliquen adquisiciones de o por parte de una empresa establecida en otro Estado miembro o con actividad transfronteriza 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 con posibles efectos en las audiencias en el mercado interior. Cuando las autoridades u organismos pertinentes no hayan evaluado o no hayan podido evaluar a escala nacional las repercusiones de la concentración en el mercado de los medios de comunicación 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 que se considera probable que afecte al funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación, el Comité puede emitir un dictamen, por iniciativa propia y debe emitirlo cuando se lo solicite la Comisión. En este contexto, la Comisión debe conservar la posibilidad de emitir sus propios dictámenes.

- (68) 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 los elementos previstos en el presente Reglamento. En particular, las autoridades u organismos nacionales y el Comité deben tener en cuenta los efectos esperados que las concentraciones del mercado de los medios de comunicación tienen sobre el pluralismo de los medios de comunicación, incluidos en particular los efectos que tienen sobre la formación de la opinión pública, considerando el entorno en línea. A este respecto, y en especial cuando sea pertinente para evaluar las posibles repercusiones que tienen en la formación de la opinión pública en partes significativas de un determinado mercado de medios de comunicación, las autoridades u organismos nacionales y el Comité también deben tener en cuenta el alcance geográfico de las entidades implicadas en las concentraciones del mercado de los medios de comunicación. Al mismo tiempo, deben tener en cuenta si otros medios de comunicación que ofrecen contenidos diferentes y alternativos, aún coexistirían en el mercado o mercados de que se trate si se aplicara la correspondiente concentración en el mercado de los medios de comunicación. Al evaluar las salvaguardias de la independencia editorial, las autoridades u organismos nacionales y el Comité deben estudiar los posibles riesgos de injerencia indebida por parte de los posibles propietarios, gestores o estructuras de gobernanza futuros en las decisiones editoriales de la entidad adquirida o fusionada. Las autoridades u organismos nacionales y el Comité también deben tener en cuenta las salvaguardias internas existentes o previstas destinadas a mantener normas éticas y profesionales, así como la independencia de las decisiones editoriales adoptadas dentro de las empresas de medios de comunicación de que se trate. Al evaluar las posibles repercusiones de las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación sobre el pluralismo de estos y su independencia editorial, las autoridades u organismos nacionales y el Comité también deben tomar en consideración los efectos de la concentración en cuestión sobre la sostenibilidad económica de la entidad o entidades que forman parte de ella. Asimismo, deben considerar si la entidad o entidades que forman parte de la concentración serían económicamente sostenibles 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. Cuando proceda, las autoridades u organismos nacionales y el Comité, también deben tener en cuenta los compromisos que cualquiera de las partes implicadas pudiera ofrecer a fin de asegurar que la concentración pertinente del mercado de los medios de comunicación garantice el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial. Cuando sea pertinente, las autoridades u organismos nacionales en sus evaluaciones y el Comité en sus dictámenes también deben tener en cuenta las conclusiones de los informes anuales sobre el Estado de Derecho relacionados con el pluralismo y la libertad de los medios de comunicación.

(69) 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 y comparables sobre la audiencia procedentes de soluciones de medición de la audiencia transparentes, no sesgadas y verificables. En principio, la medición de la audiencia debe llevarse a cabo de conformidad con mecanismos de autorregulación del sector ampliamente reconocidos. No obstante, determinados nuevos participantes surgidos en el ecosistema de los medios de comunicación, como las plataformas en línea, no se ajustan a las normas o las mejores prácticas del sector acordadas a través de los mecanismos pertinentes de autorregulación reconocidos por el sector y facilitan sus servicios propios de medición sin hacer pública la información referente a sus métodos. Esto puede tener como consecuencia que las soluciones de medición de la audiencia no sean comparables, la asimetría de información entre los participantes en el mercado de los medios de comunicación y la posible distorsión del mercado, perjudicando la igualdad de oportunidades para los prestadores de servicios de medios de comunicación presentes en el mercado. Por tanto, es importante que los sistemas y metodologías de medición de la audiencia disponibles en el mercado aseguren el nivel adecuado de transparencia, imparcialidad, inclusividad, proporcionalidad, no discriminación, comparabilidad y verificabilidad.

(70) Tradicionalmente, los participantes en el mercado pertinentes han acordado una serie de métodos de medición para llevar a cabo la medición de la audiencia de forma transparente y segura y para el desarrollo de indicadores de referencia imparciales y de confianza, que se han de usar al evaluar el rendimiento del contenido de los medios de comunicación y de la publicidad. Dichos métodos de medición bien se reflejan en las normas y las mejores prácticas del sector pertinentes, bien están organizados y consolidados por organismos de autorregulación —como el comité mixto sectorial—, que están establecidos en varios Estados miembros y reúnen a todas las partes interesadas claves que operan en el sector de los medios de comunicación y de la publicidad. A fin de reforzar la verificabilidad, fiabilidad y comparabilidad de los métodos de medición de la audiencia, en particular en línea, deben establecerse obligaciones de transparencia para los proveedores de sistemas propios de medición de la audiencia que no se ajusten a las normas y las mejores prácticas del sector pertinentes o no cumplan los parámetros de referencia del sector, acordados en el seno de los organismos de autorregulación pertinentes. Con arreglo a dichas obligaciones, esos agentes, cuando se les solicite y en la medida de lo posible, deben proporcionar 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, el período y la cobertura de la medición y el margen de error. Para asegurar un nivel adecuado de efectividad de esas obligaciones de transparencia y a fin de fomentar la fiabilidad de los sistemas propios de medición de la audiencia, los métodos y su modo de aplicación serán objeto de auditorías independientes anuales. Además, para ayudar a lograr unas condiciones equitativas y fomentar la claridad y disputabilidad de la información pertinente que se facilita al mercado, también es fundamental que se faciliten los resultados de la medición de la audiencia.

Por este motivo, los prestadores de servicios de medios de comunicación deben poder solicitar a los proveedores de sistemas propios de medición de la audiencia información sobre los resultados de medición de la audiencia relativos a sus propios contenidos y servicios de medios de comunicación. En concreto, los proveedores de sistemas propios de medición de la audiencia deben asegurarse de que dicha información se proporcione en una forma de uso normalizado en el sector, que incluya los datos no agregados pertinentes, sea de alta calidad y lo suficientemente detallada para permitir que los prestadores de servicios de medios de comunicación soliciten efectuar una evaluación eficaz y significativa del alcance y el rendimiento de sus contenidos y servicios de medios de comunicación. La necesidad de aumentar la transparencia y la disputabilidad de los sistemas propios de medición de la audiencia debe reconciliarse con la libertad de los proveedores de dichos sistemas para desarrollar sus propios sistemas de medición, como parte de su libertad de empresa. En concreto, las obligaciones de transparencia impuestas a los proveedores de sistemas de medición de la audiencia en virtud del presente Reglamento deben entenderse sin perjuicio de la protección de los secretos comerciales de los proveedores de sistemas de medición de la audiencia en el sentido de la Directiva (UE) 2016/943 del Parlamento Europeo y del Consejo¹⁸. Las obligaciones que impone el presente Reglamento deben entenderse sin perjuicio de cualquier obligación aplicable a los proveedores de los sistemas de medición de la audiencia en virtud del Reglamento (UE) 2019/1150 o del Reglamento (UE) 2022/1925 del Parlamento Europeo y del Consejo¹⁹, incluidas las que conciernen a la clasificación, la autopreferencia o la facilitación del acceso a herramientas de medición del rendimiento y datos pertinentes.

¹⁸ Directiva (UE) 2016/943 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2016, relativa a la protección de los conocimientos técnicos y la información empresarial no divulgados (secretos comerciales) contra su obtención, utilización y revelación ilícitas (DO L 157 de 15.6.2016, p. 1).

¹⁹ Reglamento (UE) 2022/1925 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de septiembre de 2022, sobre mercados disputables y equitativos en el sector digital y por el que se modifican las Directivas (UE) 2019/1937 y (UE) 2020/1828 (Reglamento de Mercados Digitales) (DO L 265 de 12.10.2022, p. 1).

(71) 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, junto con los prestadores de servicios de medios de comunicación los prestadores de plataformas en línea las organizaciones que los representan y cualquier otra parte interesada, pueden contribuir a la aplicación correcta del presente Reglamento, motivo por el cual debe alentarse su adopción. Los mecanismos de autorregulación ampliamente reconocidos en el sector de los medios de comunicación ya se han utilizado para fomentar normas de alta calidad en el ámbito de la medición de la audiencia, lo que asegura la imparcialidad de las mediciones y la comparabilidad de los resultados. 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, comparabilidad y verificabilidad. Al elaborar esos códigos de conducta, en consulta con todas las partes interesadas pertinentes y especialmente con los prestadores de servicios de medios de comunicación y prestadores de plataformas en línea, puede tenerse en cuenta, en particular, la digitalización creciente del sector de los medios de comunicación y la necesidad de hacer cada vez más comparables las diferentes soluciones de medición de la audiencia disponibles en el mercado. De hecho, la comparabilidad de los resultados de medición de la audiencia es fundamental para lograr unas condiciones equitativas de competencia entre los participantes en el mercado de los medios de comunicación, ya que permite a los prestadores de servicios de medios de comunicación y a los anunciantes medir mejor los resultados de su oferta, que los usuarios consumen cada vez más en diferentes dispositivos y plataformas. Por ello, debe alentarse a los participantes relevantes del sector a utilizar códigos de conducta y otros mecanismos de autorregulación para fomentar el desarrollo de soluciones de medición de la audiencia que sean comparables entre los distintos medios y plataformas. Asimismo, dichos códigos de conducta también deben fomentar el desarrollo de soluciones que garanticen la correcta medición de la audiencia de los prestadores de servicios de medios de comunicación pequeños.

(72) Los fondos públicos asignados a publicidad estatal y las adquisiciones estatales de suministros o servicios son una fuente de ingresos importante para muchos prestadores de servicios de medios de comunicación y prestadores de plataformas en línea, lo cual contribuye a su sostenibilidad económica. A fin de garantizar la igualdad de oportunidades en el mercado interior, el acceso a esos fondos públicos debe concederse de manera no discriminatoria a cualquier prestador de servicios de medios de comunicación o prestador de una plataforma en línea procedente de cualquier Estado miembro que pueda llegar de manera adecuada a alguno o varios de los miembros pertinentes del público. Además, los fondos públicos asignados a publicidad estatal y las adquisiciones estatales de suministros o servicios podrían hacer vulnerables a los prestadores de servicios de medios de comunicación y a los prestadores de plataformas en línea ante la influencia pública indebida o los intereses de parte en perjuicio de la libertad de prestar servicios y de los derechos fundamentales. La asignación opaca y sesgada de dichos fondos es, por tanto, un instrumento poderoso para ejercer influencia sobre la libertad editorial de los prestadores de servicios de medios de comunicación, de «captación» de los prestadores de servicios de medios de comunicación o de subvención o financiación encubierta de dichos prestadores de servicios para adquirir una ventaja política o comercial injusta o una cobertura favorable. Los fondos públicos asignados a publicidad estatal y las adquisiciones estatales de suministros o servicios se regulan, en algunos aspectos, mediante un marco fragmentado de medidas específicas para el sector de los medios de comunicación y normas de la Unión sobre la contratación pública, que no ofrece una protección suficiente contra la distribución preferencial o sesgada. En particular, la Directiva 2014/24/UE del Parlamento Europeo y del Consejo²⁰ 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 a los medios de comunicación sobre fondos públicos asignados a publicidad estatal y las adquisiciones estatales de suministros o de servicios, allí donde existen, son significativamente divergentes entre Estados miembros. Esto podría dar lugar a asimetrías de información para los participantes en el mercado de los medios de comunicación y repercutir de forma negativa en la actividad económica transfronteriza en el mercado interior de los servicios de medios de comunicación. Lo que es más importante, podría distorsionar la competencia, desincentivar las inversiones y perjudicar las condiciones equitativas en el mercado interior de los servicios de medios de comunicación.

²⁰ 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).

(73) A fin de asegurar una competencia sin distorsiones entre los prestadores de servicios de medios de comunicación y las plataformas en línea 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 fondos públicos u otros recursos estatales a los prestadores de servicios de medios de comunicación y prestadores de plataformas en línea a efectos de publicidad estatal o adquisición de bienes o servicios a partir de ellos distintos de la publicidad estatal, como por ejemplo producciones audiovisuales, datos de mercado y servicios de consultoría o formación. Cuando sea posible, teniendo debidamente en cuenta las especificidades de los mercados de medios de comunicación correspondientes, los modelos de gobernanza nacionales y el reparto de competencias a nivel nacional, regional y local en los Estados miembros, y considerando, en particular, la cantidad de recursos estatales asignados y el número de posibles prestadores de los servicios de publicidad pertinentes o de bienes o servicios pertinentes distintos de la publicidad, dicha asignación debe tener por objetivo asegurar la pluralidad de los medios de comunicación, en especial beneficiando a diversos prestadores de servicios de medios de comunicación y prestadores de plataformas en línea. Dicha asignación no debe dar lugar a una ventaja injustificada y desproporcionada para determinados prestadores. A fin de asegurar un alto nivel de transparencia, es importante que de antemano se pongan a disposición del público, por medios electrónicos y fáciles de usar, los criterios y procedimientos empleados para asignar fondos públicos a los prestadores de servicios de medios de comunicación y a los prestadores de plataformas en línea a efectos de publicidad estatal y adquisiciones estatales de suministros o de servicios.

Los requisitos comunes relativos a la publicidad estatal y a las adquisiciones estatales de suministros o servicios deben abarcar los fondos públicos asignados, tanto directa como indirectamente, por ejemplo, a través de intermediarios especializados, como agencias de publicidad y prestadores de servicios de intercambio publicitario. También es necesario establecer requisitos comunes para publicar información sobre los destinatarios del gasto en publicidad estatal y los importes dedicados a ello. Es importante que los Estados miembros hagan accesible al 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. Asimismo, es necesario que las autoridades u organismos reguladores u otras autoridades u organismos independientes competentes en los Estados miembros realicen un seguimiento e informen sobre la asignación de fondos públicos para publicidad estatal a los prestadores de servicios de medios de comunicación y a los prestadores de plataformas en línea. Cuando así lo soliciten las autoridades u organismos reguladores nacionales u otras autoridades u organismos independientes que sean competentes, las autoridades y las entidades públicas deben proporcionar la información adicional necesaria para evaluar la integridad de la información publicada y la aplicación de los criterios y procedimientos utilizados para la asignación de dichos fondos. El presente Reglamento no debe afectar a la aplicación de las normas sobre contratación pública de la Unión ni a las normas sobre ayudas estatales.

(74) La Comisión debe garantizar que los riesgos para el funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación sean objeto de un seguimiento independiente y continuado, como parte de los esfuerzos orientados a mejorar el funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación (en lo sucesivo, «ejercicio de seguimiento»). El ejercicio de seguimiento debe tener por objeto la provisión de datos detallados y evaluaciones cualitativas, que incluya información relativa al grado de concentración en el mercado de los medios de comunicación 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 por una entidad académica especializada en colaboración con investigadores de los Estados miembros, sobre la base de una lista sólidamente elaborada de indicadores clave de rendimiento y salvaguardias metodológicas. La Comisión, en consulta con el Comité, debe desarrollar y actualizar periódicamente dichos indicadores clave de rendimiento y las salvaguardias metodológicas. Dada la naturaleza rápidamente cambiante de los riesgos y de los avances tecnológicos en el mercado interior de los servicios de medios de comunicación, el ejercicio de seguimiento debe evaluar la viabilidad económica prospectiva del mercado interior de los servicios de medios de comunicación, con el fin de alertar acerca de las vulnerabilidades que acechan al pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial, además de contribuir a la labor de mejora de la gobernanza, la calidad de los datos y la gestión de riesgos. El ejercicio de seguimiento debe comprender, en particular, 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, la posición de los prestadores de servicios de medios de comunicación en el entorno digital y la transparencia y la equidad en la asignación de recursos económicos en el mercado interior de los servicios de medios de comunicación.

Asimismo, el ejercicio de seguimiento debe tomar en consideración las tendencias más generales en el mercado interior de los servicios de medios de comunicación y en los mercados nacionales de medios de comunicación y el Derecho nacional que afecte a los prestadores de servicios de medios de comunicación. Además, el ejercicio de 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, incluidas las propuestas en la Recomendación (UE) 2022/1634, así como un análisis de su potencial de reducción de riesgos para el funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación. A fin de garantizar las normas más rigurosas en el ejercicio de seguimiento, el Comité, debe tener una participación adecuada en el ejercicio de seguimiento, dado que agrupa a entidades con conocimientos especializados del mercado de los medios de comunicación. Asimismo, cuando proceda, el ejercicio de seguimiento debe tener en cuenta las conclusiones de la plataforma del Consejo de Europa para fomentar la protección del periodismo y la seguridad de los periodistas, así como del proyecto de respuesta rápida a la libertad de los medios de comunicación, dada su eficacia a la hora de identificar riesgos o amenazas a los periodistas y a los prestadores de servicios de medios de comunicación que también pueden afectar al mercado interior de los servicios de medios de comunicación.

- (75) Cabe recordar que la Comisión tiene el deber de velar por que se aplique el presente Reglamento, de conformidad con su responsabilidad en virtud del artículo 17 del TUE. A este respecto, la Comisión declaró en su Comunicación de 19 de enero de 2017 titulada «Derecho de la UE: mejores resultados gracias a una mejor aplicación» que es importante que concentre sus esfuerzos de forma prioritaria en las infracciones más graves al Derecho de la Unión que afecten a los intereses de sus ciudadanos y empresas.

- (76) Dado que el objetivo del presente Reglamento, a saber, garantizar el buen funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación, no puede ser alcanzado 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, sino que, 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, pueden lograrse mejor a escala de la Unión, esta puede adoptar medidas, de acuerdo con el principio de subsidiariedad establecido en el artículo 5 del TUE. De conformidad con el principio de proporcionalidad establecido en el mismo artículo, el presente Reglamento no excede de lo necesario para alcanzar dicho objetivo.
- (77) El presente Reglamento respeta los derechos fundamentales y observa los principios reconocidos 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, la libertad editorial o la libertad de prensa, según se consagran en el Derecho constitucional nacional que sea compatible con la Carta, ni que incentiva a los Estados miembros a imponer exigencias a los contenidos editoriales o las publicaciones de prensa.

- (78) El Supervisor Europeo de Protección de Datos, al que se consultó de conformidad con el artículo 42, apartado 1, del Reglamento (UE) 2018/1725 del Parlamento Europeo y del Consejo²¹, emitió un dictamen el 11 de noviembre de 2022²².

HAN ADOPTADO EL PRESENTE REGLAMENTO:

²¹ 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).

²² DO C 487 de 22.12.2022, p. 9.

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 y crea el Comité Europeo de Servicios de Medios de Comunicación, al mismo tiempo que garantiza la independencia y el pluralismo 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 (UE) 2019/790 del Parlamento Europeo y del Consejo²³;
 - c) el Reglamento (UE) 2019/1150;
 - d) el Reglamento (UE) 2022/2065;
 - e) el Reglamento (UE) 2022/1925;

²³ 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).

f) el Reglamento (UE) 2024/... del Parlamento Europeo y del Consejo²⁴⁺;

g) el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo²⁵.

3. El presente Reglamento no afectará a la posibilidad de los Estados miembros de adoptar normas más detalladas o más estrictas en los ámbitos a los que se refieren el capítulo II, el capítulo III, sección 5, y el artículo 25, siempre que dichas normas aseguren un nivel de protección del pluralismo de los medios de comunicación o la independencia editorial más elevado, de conformidad con el presente Reglamento y respeten el Derecho de la Unión.

Artículo 2

Definiciones

A los 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 TFUE, 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;

²⁴ Reglamento (UE) 2024/... del Parlamento Europeo y del Consejo, de ..., sobre la transparencia y la segmentación de la publicidad política (DO L, ..., ELI: ...).

⁺ DO: insértese en el texto el número del Reglamento que figura en el documento PE-CONS 90/23 [2021/0381(COD)] e insértese el número, la fecha y la referencia del DO de dicho Reglamento en la nota a pie de página.

²⁵ Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos) (DO L 119 de 4.5.2016, p. 1).

- 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 medios de comunicación y determina la manera en que se organiza;
- 3) «prestador del servicio público de medios de comunicación», un prestador de servicios de medios de comunicación que tiene encomendado un mandato de servicio público con arreglo al Derecho nacional y que recibe financiación pública nacional para el cumplimiento de ese mandato;
- 4) «programa», un conjunto de imágenes en movimiento o de sonidos que constituye un elemento unitario, con independencia de su duración, dentro de un horario de programación o de un catálogo elaborados por un prestador de servicios de medios de comunicación;
- 5) «publicación de prensa», una publicación de prensa tal como se define en el artículo 2, punto 4, de la Directiva (UE) 2019/790;
- 6) «servicio de comunicación audiovisual», un servicio de comunicación audiovisual tal como se define en el artículo 1, apartado 1, letra a), de la Directiva 2010/13/UE;
- 7) «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;
- 8) «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, con independencia de la existencia de responsabilidad con arreglo al Derecho nacional que regule el servicio prestado;

- 9) «plataforma en línea», una plataforma en línea tal como se define en el artículo 3, letra i), del Reglamento (UE) 2022/2065;
- 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 33, apartado 4, del Reglamento (UE) 2022/2065;
- 11) «servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma», un servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma tal como se define en el artículo 1, apartado 1, letra a *bis*), de la Directiva 2010/13/UE;
- 12) «prestador de plataforma de intercambio de vídeos», un prestador de plataforma de intercambio de vídeos tal como se define en el artículo 1, apartado 1, letra d *bis*), de la Directiva 2010/13/UE;
- 13) «autoridad u organismo regulador nacional», cualquier autoridad u organismo designado por un Estado miembro de conformidad con el artículo 30 de la Directiva 2010/13/UE;
- 14) «interfaz de usuario», un servicio que controla o gestiona el acceso a servicios de medios de comunicación que ofrecen programas y su uso y que permite a los usuarios seleccionar servicios o contenidos de medios de comunicación;
- 15) «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 o un prestador de plataformas en línea que dé acceso a contenidos de medios de comunicación;
- 16) «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 o de los usuarios de contenidos en plataformas en línea a efectos de las decisiones relativas a la asignación, precios, compras o ventas de publicidad, o relativas a la planificación o distribución de contenidos;

- 17) «sistemas propios de medición de la audiencia», la medición de la audiencia que no sigue las normas y las mejores prácticas del sector acordadas por medio de mecanismos de autorregulación;
- 18) «autoridad o entidad pública», un Gobierno nacional o subnacional, una autoridad u organismo regulador o una entidad controlada, directa o indirectamente, por un Gobierno nacional o subnacional;
- 19) «publicidad estatal», la colocación, la promoción, la publicación o la difusión en cualquier servicio de medios de comunicación o plataforma en línea de un mensaje promocional o autopromocional, un anuncio público o una campaña informativa, normalmente a cambio de un pago o de cualquier otra remuneración, por parte de, para o en nombre de una autoridad o entidad pública;
- 20) «programa informático de vigilancia intrusiva», 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, también de forma indiscriminada;
- 21) «alfabetización mediática», las capacidades, el conocimiento y la comprensión que permiten a los ciudadanos utilizar los medios de comunicación con eficacia y seguridad, y que no se limitan al aprendizaje de herramientas y tecnologías, sino que tratan de dotar a los ciudadanos del pensamiento crítico necesario para discernir, analizar realidades complejas y reconocer la diferencia entre opiniones y hechos.

Capítulo II

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

Artículo 3

Derecho de los destinatarios de servicios de medios de comunicación

Los Estados miembros respetarán el derecho de los destinatarios de los servicios de medios de comunicación a tener acceso a una pluralidad de contenido de medios de comunicación editorialmente independiente y se asegurarán de que las condiciones marco sean acordes con el presente Reglamento para salvaguardar dicho derecho, en beneficio del discurso libre y democrático.

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 e independencia editorial efectivas de los prestadores de servicios de medios de comunicación en el ejercicio de sus actividades profesionales. Los Estados miembros, incluidas las autoridades y organismos reguladores nacionales, no podrán interferir ni tratar de influir en las políticas editoriales y las decisiones editoriales de los prestadores de servicios de medios de comunicación.

3. Los Estados miembros se asegurarán de que las fuentes periodísticas y las comunicaciones confidenciales son protegidas de manera efectiva. Los Estados miembros no adoptarán ninguna de las siguientes medidas:
- a) obligar a los prestadores de servicios de medios de comunicación o a su personal editorial, a revelar información relacionada con fuentes periodísticas o comunicaciones confidenciales, o que sea susceptible de identificarlas, u obligar a cualquier persona que, debido a su relación habitual o profesional con un prestador de servicios de medios de comunicación o con su personal editorial, pudiera disponer de dicha información, a que la revele;
 - b) detener, sancionar, interceptar o inspeccionar a los prestadores de servicios de medios de comunicación o a su personal editorial, o someterlos a ellos o sus instalaciones empresariales o privadas a vigilancia o poner a dichas personas en busca y captura, todo ello con el fin de obtener información relacionada con fuentes periodísticas o comunicaciones confidenciales, o que sea susceptible de identificarlas, o detener, sancionar, interceptar o inspeccionar a cualquier persona que, debido a su relación habitual o profesional con un prestador de servicios de medios de comunicación o con su personal editorial pudiera disponer de dicha información, o someterlas a ellas o sus instalaciones empresariales o privadas a vigilancia o poner a dichas personas en busca y captura, todo ello con el fin de obtener dicha información;
 - c) instalar programas informáticos de vigilancia intrusiva en cualquier material, dispositivo digital, máquina o herramienta utilizados por prestadores de servicios de medios de comunicación, su personal editorial o cualquier persona que, debido a su relación habitual o profesional con un prestador de servicios de medios de comunicación o su personal editorial, pueda disponer de información relacionada con fuentes periodísticas o comunicaciones confidenciales o sea susceptible de identificarlas.

4. Como excepción a lo dispuesto en el apartado 3, letras a) y b), del presente artículo, los Estados miembros podrán adoptar una de las medidas contempladas en el mismo, siempre que:
- a) esté establecida por el Derecho de la Unión o nacional;
 - b) cumpla lo dispuesto en el artículo 52, apartado 1, de la Carta y en otras disposiciones del Derecho de la Unión;
 - c) esté justificada, caso por caso, por una razón imperiosa de interés general y resulte proporcionada, y
 - d) esté supeditada a la autorización previa de una autoridad judicial o de una autoridad decisoria independiente e imparcial o, en casos excepcionales y urgentes debidamente justificados, sea autorizada posteriormente por dicha autoridad sin demora indebida.
5. Como excepción a lo dispuesto en el apartado 3, letra c), los Estados miembros podrán instalar programas informáticos de vigilancia intrusiva, siempre que la instalación:
- a) cumpla las condiciones enumeradas en el apartado 4, y
 - b) se lleve a cabo para fines de investigación de una de las personas a que se refiere el apartado 3, letra c), para:
 - i) los delitos enumerados en el artículo 2, apartado 2, de la Decisión Marco 2002/584/JAI punibles en el Estado miembro de que se trate con una pena o medida de seguridad privativas de libertad de una duración máxima de al menos tres años, u

- ii) otros delitos graves punibles en el Estado miembro de que se trate con una pena privativa de libertad o una medida de seguridad privativa de libertad con una duración máxima de al menos cinco años, según determine el Derecho de dicho Estado miembro.

Los Estados miembros no adoptarán ninguna de las medidas a que se refiere el apartado 3, letra c), cuando una medida de las contempladas en las letras a) o b) de dicho apartado sea adecuada y suficiente para obtener la información solicitada.

6. Los Estados miembros se asegurarán de que las medidas de vigilancia a que se refiere el apartado 3, letra b), y la instalación de programas informáticos de vigilancia intrusiva a que se refiere la letra c) de dicho apartado sean revisadas periódicamente por una autoridad judicial o una autoridad decisoria independiente e imparcial a fin de determinar si siguen cumpliéndose las condiciones que justifican su uso.
7. La Directiva (UE) 2016/680 del Parlamento Europeo y del Consejo²⁶, incluidas las garantías allí dispuestas como el derecho del interesado de información y de acceso a los datos personales en curso de tratamiento, se aplicará a todo tratamiento de datos personales realizado en el contexto de la instalación de las medidas de vigilancia a que se refiere el apartado 3, letra b), del presente artículo o la instalación de programas informáticos de vigilancia intrusiva a que se refiere la letra c) de dicho apartado.

²⁶ Directiva (UE) 2016/680 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales por parte de las autoridades competentes para fines de prevención, investigación, detección o enjuiciamiento de infracciones penales o de ejecución de sanciones penales, y a la libre circulación de dichos datos y por la que se deroga la Decisión Marco 2008/977/JAI del Consejo (DO L 119 de 4.5.2016, p. 89).

8. Los Estados miembros garantizarán que los prestadores de servicios de medios de comunicación o su personal editorial, o cualquier persona que, debido a su relación habitual o profesional con un prestador de servicios de medios de comunicación o su personal editorial, pueda disponer de información relacionada con fuentes periodísticas o comunicaciones confidenciales o sea susceptible de identificarlas, tenga derecho a una tutela judicial efectiva, de conformidad con el artículo 47 de la Carta, en relación con las infracciones de lo dispuesto en los apartados 3 a 7 del presente artículo.

Los Estados miembros encomendarán a una autoridad u organismo independiente con los conocimientos especializados pertinentes que preste asistencia a las personas a que se refiere el párrafo primero en relación con el ejercicio de ese derecho. Cuando no exista tal autoridad u organismo, dichas personas podrán solicitar la asistencia de un organismo o mecanismo de autorregulación.

9. Se respetarán las responsabilidades de los Estados miembros establecidas en el TUE y en el TFUE.

Artículo 5

Salvaguardias del funcionamiento independiente de los prestadores del servicio público de medios de comunicación

1. Los Estados miembros garantizarán que los sean independientes desde el punto de vista editorial y funcional, y ofrezcan de un modo imparcial una pluralidad de información y opiniones a sus audiencias, de conformidad con su mandato de servicio público tal como se define a nivel nacional de conformidad con el Protocolo n.º 29.
2. Los Estados miembros se asegurarán de que los procedimientos para el nombramiento y la destitución del directivo al frente de la gestión o de los miembros del consejo de administración de los prestadores del servicio público de medios de comunicación tengan por objeto garantizar la independencia de los prestadores del servicio público de medios de comunicación.

El responsable de la gestión y los miembros del consejo de administración de los prestadores del servicio público de medios de comunicación serán nombrados siguiendo procedimientos transparentes, abiertos, efectivos y no discriminatorios y criterios transparentes, objetivos, no discriminatorios y proporcionados, establecidos de antemano a nivel nacional. La duración de su mandato será suficiente para garantizar la independencia efectiva de los prestadores del servicio público de medios de comunicación.

Las decisiones de destitución del responsable de la gestión o de los miembros del consejo de administración de los prestadores del servicio público de medios de comunicación antes de que expiren sus mandatos estarán debidamente justificadas, únicamente podrán adoptarse con carácter excepcional cuando dejen de cumplir las condiciones requeridas para el ejercicio de sus funciones con arreglo a criterios establecidos de antemano a nivel nacional, estarán sujetas a notificación previa a las personas a las que afectan y preverán la posibilidad de control judicial.

3. Los Estados miembros se asegurarán de que los procedimientos de financiación de los prestadores del servicio público de medios de comunicación se basen en criterios transparentes y objetivos, establecidos de antemano. Dichos procedimientos de financiación garantizarán que los prestadores del servicio público de medios de comunicación cuenten con recursos económicos adecuados, sostenibles y previsibles correspondientes al desempeño de su mandato de servicio público y a su capacidad de desarrollo en el marco de este. Dichos recursos económicos serán tales que la independencia editorial de los prestadores del servicio público de medios de comunicación quede preservada.
4. Los Estados miembros designarán una o más autoridades u organismos independientes o establecerán mecanismos libres de la influencia política de los Gobiernos para efectuar un seguimiento de la aplicación de los apartados 1, 2 y 3. Los resultados de dicho seguimiento se harán públicos.

Artículo 6

Obligaciones de los prestadores de servicios de medios de comunicación

1. Los prestadores de servicios de medios de comunicación harán accesible, de forma sencilla y directa, a los destinatarios de dichos servicios información actualizada sobre lo siguiente:
 - a) su denominación o denominaciones legales 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, incluida la titularidad directa o indirecta estatal o por parte de una autoridad o entidad pública;
 - c) 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;
 - d) 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.

2. Los Estados miembros encomendarán a las autoridades u organismos reguladores nacionales u a otras autoridades u organismos competentes la creación de bases de datos nacionales sobre la propiedad de los medios de comunicación que contengan la información recogida en el apartado 1.

3. Sin perjuicio del Derecho constitucional nacional compatible 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. 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.

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 garantizarán, cuando proceda, que se aplique el capítulo III mediante consulta o coordinación con otras autoridades u organismos pertinentes o, cuando corresponda, con organismos de autorregulación de sus Estados miembros.
2. Las autoridades u organismos reguladores nacionales estarán sujetos a los requisitos 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 desempeñar sus funciones con arreglo al presente Reglamento.

4. Cuando sea necesario para desempeñar sus funciones con arreglo al presente Reglamento, los Estados miembros garantizarán que las autoridades u organismos reguladores nacionales estén facultados para solicitar a las siguientes personas que faciliten, en un plazo de tiempo razonable, información y datos que resulten proporcionados y necesarios para desempeñar las funciones previstas en el presente capítulo:
- a) las personas físicas o jurídicas a las que se aplica el capítulo III, y
 - b) cualquier otra persona física o jurídica que, por motivos relacionados con sus actividades comerciales o empresariales o su profesión, pueda razonablemente estar en posesión de dicha información y datos.

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, «Comité»).
2. El Comité sustituirá y sucederá al Grupo de Entidades Reguladoras Europeas para los Servicios de Comunicación Audiovisual (ERGA, por sus siglas en inglés), establecido por el artículo 30 *ter* de 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. Esto 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.
2. Cada miembro del Comité dispondrá de un voto.
3. El Comité adoptará sus decisiones por mayoría de dos tercios de los miembros con derecho de voto.
4. Cuando un Estado miembro tenga más de una autoridad u organismo regulador nacional, dichas autoridades u organismos reguladores nacionales se coordinarán mutuamente según resulte necesario y nombrarán a un representante común. El representante común ejercerá el derecho de voto.

5. El Comité elegirá un presidente y a un vicepresidente de entre sus miembros. El mandato del presidente será de un año, renovable una sola vez. El Comité podrá crear un equipo de dirección. El Comité estará representado por su presidente.
6. La Comisión designará un representante en el Comité. El representante de la Comisión participará en las deliberaciones del Comité, sin derecho de voto. El presidente del Comité mantendrá informada a la Comisión sobre las actividades del Comité.
7. El Comité podrá invitar a expertos y, con el acuerdo de la Comisión, a observadores permanentes a que asistan a sus reuniones.
8. El Comité adoptará su reglamento interno, en consulta con la Comisión. Dicho reglamento interno incluirá las medidas para la prevención y gestión de conflictos de intereses de los miembros del Comité.

Artículo 11

Secretaría del Comité

1. El Comité estará asistida por una secretaria. La Comisión prestará los servicios de secretaria, teniendo en cuenta las necesidades indicadas por el Comité. La secretaria contará con los recursos adecuados para el desempeño de sus funciones.

2. La principal función de la secretaría será contribuir a la ejecución independiente de las funciones del Comité establecidas en el presente Reglamento y en la Directiva 2010/13/UE. La secretaría actuará siguiendo únicamente las instrucciones del Comité en lo que respecta a sus funciones con arreglo al presente Reglamento.
3. La secretaría facilitará apoyo administrativo y organizativo al Comité en lo que respecta a sus actividades. Asimismo, asistirá al Comité de forma sustancial en el desempeño de sus funciones.

Artículo 12

Mecanismo de consulta

1. Cuando el Comité examine cuestiones que trasciendan el sector de los medios audiovisuales, consultará a los representantes de los sectores de los medios de comunicación pertinentes que operen a escala de la Unión o nacional.
2. El Comité establecerá en su reglamento interno las disposiciones para llevar a cabo la consulta a que se refiere el apartado 1. Dichas disposiciones garantizarán la posibilidad de que participen varios representantes, según convenga.
3. Cuando sea posible, el Comité hará públicos los resultados de la consulta a que se refiere el apartado 1.

Artículo 13
Funciones del Comité

1. Sin perjuicio de las competencias que los Tratados confieren a la Comisión, el Comité asesorará y apoyará a la Comisión en asuntos relacionados con los servicios de medios de comunicación que sean competencia del Comité y promoverá la aplicación coherente y efectiva del presente capítulo y la ejecución de la Directiva 2010/13/UE en todos los Estados miembros. Por consiguiente, el Comité:
 - a) proporcionará asesoramiento técnico a la Comisión en lo que respecta a su función de garantizar la aplicación coherente y efectiva del presente capítulo y la ejecución 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, experiencias 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) 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;

- d) en consulta con la Comisión, elaborará dictámenes en lo que respecta a:
- i) las solicitudes de cooperación entre autoridades u organismos reguladores nacionales, de conformidad con el artículo 14, apartado 5, 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, incluidas las medidas recomendadas, con arreglo al artículo 15, apartado 3, del presente Reglamento,
 - iii) las medidas nacionales relativas a los servicios de medios de comunicación de fuera de la Unión, de conformidad con el artículo 17, apartado 2, del presente Reglamento;
- e) a solicitud de un prestador de servicios de medios de comunicación con el que un proveedor de una plataforma en línea de muy gran tamaño haya entablado un diálogo tal como se contempla en el artículo 18, apartado 6, del presente Reglamento, elaborará dictámenes sobre el resultado de dicho diálogo;
- f) por iniciativa propia o a solicitud de la Comisión, o si un prestador de servicios de medios de comunicación que se vea afectado de forma individual y directa presenta una solicitud debidamente justificada y motivada, elaborará dictámenes sobre medidas reglamentarias o administrativas que puedan afectar de forma significativa al funcionamiento de los prestadores de servicios de medios de comunicación en el mercado interior de servicios de medios de comunicación, de conformidad con el artículo 21, apartado 4, del presente Reglamento;
- g) elaborará dictámenes sobre proyectos de evaluación o proyectos de dictamen de las autoridades u organismos reguladores nacionales, de conformidad con el artículo 22, apartado 5, del presente Reglamento;

- h) por iniciativa propia o a solicitud de la Comisión, elaborará dictámenes en lo que respecta a 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 23, apartado 1, del presente Reglamento;
- i) asistirá a la Comisión en la elaboración de directrices en lo que respecta a:
 - i) la aplicación del presente Reglamento y la ejecución de la Directiva 2010/13/UE, de conformidad con el artículo 16, apartado 2, del presente Reglamento,
 - ii) los elementos a que se refiere el artículo 22, apartado 2, letras a), b) y c), del presente Reglamento, de conformidad con el apartado 3 de dicho artículo,
 - iii) la aplicación del artículo 24, apartados 1, 2 y 3, del presente Reglamento, con arreglo al apartado 4 de dicho artículo;
- j) a solicitud de al menos una de las autoridades u organismos nacionales afectados, mediará en caso de desacuerdo entre autoridades u organismos reguladores nacionales, de conformidad con el artículo 15, apartado 3, del presente Reglamento;
- k) fomentará la cooperación en materia de normas armonizadas relacionadas con el diseño de dispositivos o interfaces de usuario o con señales digitales transmitidas por dichos dispositivos, de conformidad con el artículo 20, apartado 5, del presente Reglamento;

- l) coordinará las medidas pertinentes de las autoridades u organismos reguladores nacionales de que se trate relacionadas con la difusión o el acceso a los contenidos de servicios de medios de comunicación de fuera de la Unión que se dirigen o llegan a audiencias de la Unión, cuando dichos servicios de medios de comunicación perjudiquen o entrañen un riesgo serio y grave de perjudicar la seguridad pública, de conformidad con el artículo 17, apartado 1, del presente Reglamento y, en consulta con la Comisión, desarrollará el conjunto de criterios previstos en el apartado 4 de dicho artículo;
- m) organizará un diálogo estructurado entre prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño y representantes de los prestadores de servicios de medios de comunicación y de la sociedad civil, e informará sobre los resultados de dicho diálogo a la Comisión, de conformidad con el artículo 19 del presente Reglamento;
- n) fomentará el intercambio de mejores prácticas relacionadas con el desarrollo de sistemas de medición de la audiencia, de conformidad con el artículo 24, apartado 5, del presente Reglamento;
- o) intercambiará experiencias y mejores prácticas en materia de alfabetización mediática, en particular para fomentar el desarrollo y el uso de medidas y herramientas eficaces para fortalecer la alfabetización mediática;
- p) elaborará un informe anual pormenorizado sobre sus actividades y funciones.

El Comité pondrá a disposición del público el informe anual pormenorizado mencionado en la letra p) del párrafo primero. Cuando se le invite a hacerlo, el presidente presentará dicho informe al Parlamento Europeo.

2. Cuando la Comisión solicite asesoramiento o dictámenes del Comité, podrá señalar un plazo, salvo que el Derecho de la Unión disponga otra cosa, teniendo en cuenta la urgencia del asunto.
3. El Comité transmitirá los documentos que deba emitir al Comité de contacto instituido por el artículo 29, apartado 1, de la Directiva 2010/13/UE (en lo sucesivo, «Comité de contacto»).

SECCIÓN 3

COOPERACIÓN Y CONVERGENCIA NORMATIVAS

Artículo 14

Cooperación estructurada

1. Una autoridad u organismo regulador nacional (en lo sucesivo, «autoridad solicitante») podrá solicitar en cualquier momento, de una o más de las otras autoridades u organismos reguladores nacionales (en lo sucesivo, «autoridades requeridas») cooperación, por ejemplo mediante el intercambio de información o a través de la asistencia mutua, para una aplicación coherente y efectiva del presente capítulo o la ejecución de la Directiva 2010/13/UE.
2. La solicitud de cooperación contendrá toda la información necesaria relacionada con ella, incluidas la finalidad y las razones de la solicitud de cooperación.

3. La autoridad requerida podrá negarse a atender una solicitud de cooperación únicamente en los casos siguientes:

- a) si no es competente en relación con el objeto de la solicitud de cooperación o para prestar el tipo de cooperación que se solicita;
- b) si la ejecución de la solicitud de cooperación infringiría el presente Reglamento, la Directiva 2010/13/UE u otro acto legislativo de la Unión o el Derecho nacional que cumpla con el Derecho de la Unión y al que esté sujeta la autoridad requerida;
- c) si el ámbito de aplicación o el objeto de la solicitud de cooperación no han sido debidamente justificados o son desproporcionados.

La autoridad requerida motivará, sin demora indebida, cualquier negativa a atender una solicitud de cooperación. Cuando la autoridad requerida haya rechazado una solicitud de cooperación en virtud del párrafo primero, letra a), indicará, en la medida de lo posible, la autoridad competente.

4. La autoridad requerida hará cuanto esté en su mano para atender y responder a una solicitud de cooperación sin demora indebida y facilitará actualizaciones periódicas sobre los avances realizados en la ejecución de dicha solicitud.

5. Cuando la autoridad solicitante considere que la autoridad requerida no ha atendido o respondido debidamente a su solicitud de cooperación, informará a la autoridad requerida sin demora indebida, explicando los motivos de su postura. Cuando la autoridad solicitante y la autoridad requerida no alcancen un acuerdo sobre la solicitud de cooperación, cualquiera de las dos autoridades podrá remitir el asunto al Comité. Con arreglo a los plazos que establezca el Comité en su reglamento interno, el Comité, en consulta con la Comisión, emitirá un dictamen sobre el asunto, que incluirá medidas recomendadas. Las autoridades implicadas harán cuanto esté en su mano para tener en cuenta el dictamen del Comité.

6. Cuando una autoridad solicitante considere que existe un riesgo serio y grave de limitación de la libertad de prestar o recibir servicios de medios de comunicación en el mercado interior o un riesgo serio y grave de perjudicar la seguridad pública, podrá solicitar a la autoridad requerida que preste una cooperación acelerada, al tiempo que garantiza el cumplimiento de los derechos fundamentales, en particular la libertad de expresión, también con el fin de velar por la aplicación efectiva de las medidas nacionales previstas en el artículo 3 de la Directiva 2010/13/UE. La autoridad requerida responderá a la solicitud de cooperación acelerada y hará cuanto esté en su mano para atenderla en un plazo de catorce días naturales.

Los apartados 2, 3 y 5 del presente artículo se aplicarán *mutatis mutandis* a las solicitudes de cooperación acelerada.

7. El Comité desarrollará en su reglamento interno los pormenores del procedimiento de cooperación estructurada previsto en el presente artículo.

Artículo 15
Solicitudes de cumplimiento de obligaciones
de los prestadores de plataformas de intercambio de vídeos

1. Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 3 de la Directiva 2000/31/CE, una autoridad solicitante podrá presentar una solicitud debidamente justificada a una autoridad requerida que sea competente en relación con el objeto de la solicitud, a fin de que adopte medidas necesarias y proporcionadas para el cumplimiento efectivo de las obligaciones impuestas a los prestadores de plataformas de intercambio de vídeos con arreglo al artículo 28 *ter*, apartados 1, 2 y 3, de la Directiva 2010/13/UE.
2. La autoridad requerida informará a la autoridad solicitante, sin demora indebida, de las medidas que haya adoptado o tenga previsto adoptar o de los motivos por los que no se han adoptado dichas medidas en respuesta a una solicitud de cumplimiento con arreglo al apartado 1. El Comité establecerá los plazos a tal efecto en su reglamento interno.
3. En caso de desacuerdo entre la autoridad solicitante y la autoridad requerida en relación con las medidas adoptadas o que se prevea adoptar, o en caso de falta de la adopción de medidas tras una solicitud de cumplimiento con arreglo al apartado 1, cualquiera de esas autoridades podrá remitir el asunto al Comité para su mediación a fin de hallar una solución amistosa.

Cuando no se halle una solución amistosa tras la mediación del Comité, la autoridad solicitante o la autoridad requerida podrá solicitar al Comité que emita un dictamen sobre el asunto. En su dictamen, el Comité evaluará si la solicitud de cumplimiento con arreglo al apartado 1 ha sido suficientemente atendida. Cuando el Comité considere que la autoridad requerida no ha atendido debidamente la solicitud de cumplimiento, el Comité recomendará medidas destinadas a que se atienda la solicitud. El Comité emitirá su dictamen, en consulta con la Comisión, sin demora indebida.

4. Tras la recepción del dictamen a que se refiere el apartado 3, párrafo segundo, la autoridad requerida, sin demora indebida y en los plazos que establezca el Comité en su reglamento interno, informará al Comité, a la Comisión y a la autoridad solicitante de las medidas adoptadas o previstas para su adopción en relación con el dictamen.

Artículo 16

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, acerca de aspectos normativos, técnicos o prácticos pertinentes para una aplicación coherente y eficaz del presente capítulo y la ejecución de la Directiva 2010/13/UE.

2. Cuando la Comisión publique directrices relativas a la aplicación del presente Reglamento o la ejecución 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 y en el artículo 6, apartado 1, del presente Reglamento.

Cuando la Comisión publique directrices relativas a la ejecución de la Directiva 2010/13/UE, consultará al Comité de contacto.

3. Cuando la Comisión emita un dictamen sobre un asunto relacionado con la aplicación del presente Reglamento o la ejecución de la Directiva 2010/13/UE, el Comité asistirá a la Comisión.

Artículo 17

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

1. Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 3 de la Directiva 2010/13/UE, el Comité, a solicitud de las autoridades u organismos reguladores nacionales de al menos dos Estados miembros, coordinará las medidas pertinentes adoptadas por las autoridades u organismos reguladores nacionales de que se trate en relación con la difusión o el acceso a servicios de medios de comunicación procedentes de fuera de la Unión o prestados por prestadores de servicios de medios de comunicación establecidos fuera de la Unión que, con independencia de sus medios de distribución o acceso, se dirijan o lleguen a audiencias de la Unión cuando, entre otros motivos en vista del control que podrían ejercer terceros sobre ellos, dichos servicios de medios de comunicación perjudiquen o entrañen un riesgo serio y grave de perjudicar la seguridad pública.
2. El Comité, en consulta con la Comisión, podrá emitir dictámenes sobre las medidas adecuadas a que se refiere el apartado 1. Sin perjuicio de sus facultades con arreglo al Derecho nacional, las autoridades nacionales competentes de que se trate, incluidas las autoridades u organismos reguladores nacionales, harán cuanto esté en su mano para tener en cuenta los dictámenes del Comité.
3. Los Estados miembros garantizarán que no se impida a las autoridades u organismos reguladores nacionales de que se trate tener en cuenta un dictamen emitido por el Comité en virtud del apartado 2 cuando examinen la adopción de las medidas previstas en el apartado 1 contra un prestador de servicios de medios de comunicación.

4. El Comité, en consulta con la Comisión, elaborará un conjunto de criterios que puedan utilizar las autoridades u organismos reguladores nacionales al ejercer sus facultades normativas sobre los prestadores de servicios de medios de comunicación a que se refiere el apartado 1. Las autoridades u organismos reguladores nacionales harán cuanto esté en su mano para tener en cuenta dichos criterios.

SECCIÓN 4

PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

EN UN ENTORNO DIGITAL Y ACCESO A ESTOS

Artículo 18

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:
 - a) declarar que son prestadores de servicios de medios de comunicación;
 - b) declarar que cumplen el artículo 6, apartado 1;
 - c) declarar que son independientes, desde el punto de vista editorial, de los Estados miembros, de partidos políticos, de terceros países y de entidades financiadas o controladas por terceros países;
 - d) declarar que están sujetos a requisitos normativos para el ejercicio de la responsabilidad editorial en uno o más Estados miembros y a la supervisión de autoridades u organismos reguladores nacionales competentes, o que se adhieren a un mecanismo de corregulación o autorregulación que rige las normas editoriales, ampliamente reconocido y aceptado en el sector de los medios de comunicación pertinente en uno o más Estados miembros;

- e) declarar que no ofrecen contenidos generados por sistemas de inteligencia artificial sin someterlos a revisión humana o control editorial;
- f) proporcionar su denominación legal y sus datos de contacto, incluida una dirección de correo electrónico, a través de los cuales el prestador de la plataforma en línea de muy gran tamaño pueda comunicarse directa y rápidamente con ellos, y
- g) proporcionar los datos de contacto de las autoridades u organismos reguladores nacionales pertinentes o de los representantes de los mecanismos de correulación o autorregulación a que se refiere la letra d).

Cuando existan dudas razonables sobre el cumplimiento del párrafo primero, letra d), por parte del prestador de servicios de medios de comunicación, el prestador de una plataforma en línea de muy gran tamaño recabará la confirmación sobre la cuestión de las autoridades u organismos reguladores nacionales pertinentes o del mecanismo de correulación o autorregulación pertinente.

2. Los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño se asegurarán de que la información declarada con arreglo al apartado 1, a excepción de la información establecida en el apartado 1, párrafo primero, letra f), se ponga a disposición del público de una manera fácilmente accesible en su interfaz en línea.
3. Los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño acusarán recibo de las declaraciones presentadas con arreglo al apartado 1 y proporcionarán sus datos de contacto, incluida una dirección de correo electrónico, a través de los cuales el prestador de servicios de medios de comunicación pueda comunicarse directa y rápidamente con ellos.

Los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño indicarán, sin demora indebida, si aceptan o rechazan las declaraciones presentadas con arreglo al apartado 1.

4. Cuando un prestador de una plataforma en línea de muy gran tamaño tenga intención de adoptar una decisión por la que suspenda 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 o de adoptar una decisión por la que se restrinja la visibilidad de dicho contenido, basándose en que dichos contenidos son incompatibles con sus cláusulas de condiciones, antes de que dicha decisión de suspensión o de restricción de la visibilidad surta efecto:
- a) comunicará al prestador de servicios de medios de comunicación de que se trate la declaración de motivos a que se refiere el artículo 4, apartado 1, del Reglamento (UE) 2019/1150 y del artículo 17 del Reglamento (UE) 2022/2065 de la decisión de suspensión o de restricción prevista, y
 - b) dará al prestador de servicios de medios de comunicación la oportunidad de responder a la declaración de motivos mencionada en el párrafo primero, letra a), del presente apartado en un plazo de veinticuatro horas de su recepción o, en caso de que produzca una crisis en el sentido del artículo 36, apartado 2, del Reglamento (UE) 2022/2065, en el plazo más breve que permita al prestador de servicios de medios de comunicación disponer de tiempo suficiente para responder de manera significativa.

Cuando, tras la respuesta a que se refiere el párrafo primero, letra b), o en caso de falta de respuesta, el prestador de una plataforma en línea de muy gran tamaño tome la decisión de suspensión o de restricción de la visibilidad, informará, sin demora indebida, al prestador de servicios de medios de comunicación de que se trate.

El presente apartado no se aplicará cuando los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño suspendan la prestación de sus servicios en relación con contenidos ofrecidos por un prestador de servicios de medios de comunicación o restrinjan la visibilidad de dichos contenidos en cumplimiento de sus obligaciones en virtud de los artículos 28, 34 y 35 del Reglamento (UE) 2022/2065 y del artículo 28 *ter* de la Directiva 2010/13/UE o de sus obligaciones relativas a los contenidos ilegales con arreglo al Derecho de la Unión.

5. Los prestadores de plataformas en línea de muy gran tamaño tomarán todas las medidas técnicas u organizativas necesarias para garantizar que las reclamaciones presentadas por los prestadores de servicios de medios de comunicación con arreglo al artículo 11 del Reglamento (UE) 2019/1150 o al artículo 20 del Reglamento (UE) 2022/2065 se tramiten y se resuelvan de manera prioritaria y sin demora indebida. El prestador de servicios de medios de comunicación podrá estar representado por un organismo en el procedimiento interno de gestión de reclamaciones previsto en dichos artículos.
6. Cuando un prestador de servicios de medios de comunicación que haya presentado una declaración con arreglo al apartado 1 considere que el prestador de una plataforma en línea de muy gran tamaño haya restringido o suspendido de forma reiterada, y sin motivos suficientes, la prestación de sus servicios en relación con contenidos ofrecidos por el prestador de servicios de medios de comunicación, el prestador de la plataforma 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, dentro de un plazo razonable, una solución amistosa que ponga fin a las restricciones o suspensiones injustificadas y las evite en el futuro. El prestador de servicios de medios de comunicación podrá notificar el resultado y los pormenores de dicho diálogo al Comité y a la Comisión. El prestador de servicios de medios de comunicación podrá solicitar que el Comité emita un dictamen sobre el resultado de dicho diálogo, que incluya, cuando proceda, la recomendación de medidas para el prestador de la plataforma en línea de muy gran tamaño. El Comité informará a la Comisión de su dictamen.

7. Cuando un prestador de una plataforma en línea de muy gran tamaño rechace o invalide una declaración de un prestador de servicios de medios de comunicación presentada con arreglo al apartado 1 del presente artículo o cuando no se llegue a una solución amistosa tras el diálogo con arreglo al apartado 6 del presente artículo, el prestador de servicios de medios de comunicación de que se trate podrá recurrir a la mediación en el marco del artículo 12 del Reglamento (UE) 2019/1150 o a la resolución extrajudicial de litigios en el marco del artículo 21 del Reglamento (UE) 2022/2065. El prestador de servicios de medios de comunicación de que se trate podrá notificar al Comité el resultado de dicha mediación o resolución extrajudicial de litigios.
8. Los prestadores de una plataforma en línea de muy gran tamaño harán pública, con periodicidad anual, la información pormenorizada 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 eran incompatibles con sus cláusulas de condiciones;
 - b) los motivos para imponer esas restricciones o suspensiones, incluidas las cláusulas específicas de sus cláusulas de condiciones con las que el contenido del prestador de servicios de medios de comunicación se consideró incompatible;
 - c) el número de diálogos con los prestadores de servicios de medios de comunicación con arreglo al apartado 6;
 - d) el número de casos en los que se rechazaron declaraciones presentadas por un prestador de servicios de medios de comunicación con arreglo al apartado 1 y los motivos para rechazarlas;
 - e) el número de casos en los que invalidaron una declaración presentada por un prestador de servicios de medios de comunicación con arreglo al apartado 1 y los motivos para invalidarla.

9. Con miras a facilitar la aplicación coherente y efectiva del presente artículo, la Comisión publicará directrices para facilitar la aplicación eficaz de la funcionalidad a que se refiere el apartado 1.

Artículo 19

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:
- a) debatir las experiencias y mejores prácticas en relación con la aplicación del artículo 18, también en lo que respecta al funcionamiento de las plataformas en línea de muy gran tamaño y sus procesos de moderación de los contenidos ofrecidos por prestadores de servicios de medios de comunicación;
 - b) fomentar el acceso a ofertas diversas de medios de comunicación independientes en las plataformas en línea de muy gran tamaño, y
 - c) efectuar un seguimiento de la adhesión a iniciativas de autorregulación destinadas a proteger a los usuarios de contenidos nocivos, como la desinformación y la manipulación de información e injerencia por parte de agentes extranjeros.
2. El Comité informará sobre los resultados de los diálogos estructurados a que se refiere el apartado 1 a la Comisión. Cuando sea posible, el Comité hará públicos los resultados de dichos diálogos estructurados.

Artículo 20

Derecho a personalizar la oferta de medios de comunicación

1. 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 de conformidad con sus intereses o preferencias ajustadas al Derecho de la Unión. El presente apartado no afectará a las medidas nacionales de transposición del artículo 7 *bis* o 7 *ter* de la Directiva 2010/13/UE.
2. Al comercializar los dispositivos e interfaces de usuario a que se refiere el apartado 1, los fabricantes, desarrolladores e importadores garantizarán que dichos dispositivos e interfaces de usuario incluyan una funcionalidad que permita a los usuarios cambiar en cualquier momento, gratuitamente y con facilidad, su configuración, también los ajustes por defecto que controlan o gestionan el acceso y el uso de los servicios de medios de comunicación que se ofrecen.
3. Los fabricantes, desarrolladores e importadores de dispositivos e interfaces de usuario a que se refiere el apartado 1 garantizarán que la identidad visual de los prestadores de servicios de medios de comunicación a cuyos servicios dan acceso sus dispositivos e interfaces de usuario sea visible de manera constante y clara para los usuarios.
4. Los Estados miembros adoptarán las medidas adecuadas para garantizar que los fabricantes, desarrolladores e importadores de los dispositivos o interfaces de usuario contemplados en el apartado 1 cumplan lo dispuesto en los apartados 2 y 3.

5. El Comité propiciará la cooperación entre los prestadores de servicios de medios de comunicación, los organismos de normalización o cualesquiera otras partes interesadas pertinentes, a fin de fomentar el desarrollo de normas armonizadas relacionadas con el diseño de los dispositivos o interfaces de usuario mencionados en el apartado 1, o con las señales digitales transmitidas por dichos dispositivos.

SECCIÓN 5

REQUISITOS PARA UNAS MEDIDAS Y PROCEDIMIENTOS DEL MERCADO

DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE BUEN FUNCIONAMIENTO

Artículo 21

Medidas nacionales que afectan a los prestadores de servicios de medios de comunicación

1. 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.
2. Todo procedimiento nacional utilizado a efectos de la adopción de una medida administrativa a que se refiere el apartado 1 estará sujeto a plazos establecidos de antemano. Dichos procedimientos se llevarán a cabo sin demora indebida.

3. Todo prestador de servicios de medios de comunicación sujeto a una medida normativa o administrativa a que se refiere 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, que podrá ser un órgano jurisdiccional, 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 y de manera oportuna.
4. Cuando una medida normativa o administrativa a que se refiere el apartado 1 pudiera afectar de manera significativa al funcionamiento de los prestadores de servicios de medios de comunicación en el mercado interior, el Comité, por propia iniciativa o a solicitud de la Comisión o previa solicitud debidamente justificada y motivada de un prestador de servicios de medios de comunicación afectado de forma individual y directa por dicha medida, elaborará un dictamen sobre la medida. Sin perjuicio de sus competencias con arreglo a los Tratados, la Comisión podrá emitir su propio dictamen sobre el asunto. El Comité y la Comisión harán públicos sus dictámenes.
5. A efectos de la elaboración de un dictamen en virtud del apartado 4, el Comité y, cuando proceda, la Comisión podrán solicitar información pertinente a la autoridad u organismo nacional que haya adoptado una medida normativa o administrativa a que se refiere el apartado 1 que afecte a un prestador de servicios de medios de comunicación de forma individual y directa. La autoridad u organismo nacional de que se trate facilitará la información sin demora indebida y por medios electrónicos.

Artículo 22

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

1. Los Estados miembros establecerán en su Derecho nacional normas sustantivas y procedimentales que permitan 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 que intervienen en dicha concentración en el mercado de los medios de comunicación que notifiquen la concentración de antemano a las autoridades u organismos nacionales pertinentes o faculten debidamente a dichas autoridades u organismos para obtener de dichas partes la información necesaria para evaluar la concentración;
 - c) designarán las autoridades u organismos reguladores nacionales responsables de la evaluación o garantizarán su participación significativa en dicha evaluación;
 - d) establecerán de antemano criterios objetivos, no discriminatorios y proporcionados para la notificación de dichas concentraciones en el mercado de los medios de comunicación, así como para la evaluación de las repercusiones sobre el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial, y
 - e) especificarán de antemano los plazos para completar dicha evaluación.

La evaluación de las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación a que se refiere el presente apartado será diferente de las evaluaciones en virtud del Derecho de la competencia de la Unión y nacional, 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 de las concentraciones en el mercado de los medios de comunicación a que se refiere el apartado 1 se tendrán en cuenta los elementos siguientes:
 - a) las repercusiones previstas de la concentración en el mercado de los medios de comunicación sobre el pluralismo de los medios de comunicación, incluidos sus efectos en la formación de la opinión pública y en la diversidad de los servicios de medios de comunicación y la oferta de medios de comunicación 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 medidas tomadas por los prestadores de servicios de medios de comunicación con el fin de garantizar la independencia de las decisiones editoriales;
 - c) si, en caso de no haberse producido la concentración en el mercado de los medios de comunicación, las partes que intervienen en la concentración en el mercado de los medios de comunicación habrían seguido siendo económicamente sostenibles, y si existen posibles alternativas que garanticen su sostenibilidad económica;
 - d) cuando proceda, las conclusiones del informe anual de la Comisión sobre el Estado de Derecho en lo referente a la libertad y el pluralismo de los medios de comunicación, y

- e) cuando proceda, los compromisos que cualquiera de las partes implicadas en una concentración en el mercado de los medios de comunicación podría ofrecer para salvaguardar el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial.
3. La Comisión, asistida por el Comité, emitirá directrices sobre los elementos a que se refiere el apartado 2, letras a), b) y c).
4. 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, la autoridad u organismo regulador nacional en cuestión consultará al Comité con antelación sobre su proyecto de evaluación o de dictamen.
5. En los plazos que establezca el Comité en su reglamento interno, el Comité elaborará un dictamen sobre el proyecto de evaluación o de dictamen a que se refiere el apartado 4, teniendo en cuenta los elementos a que hace referencia el apartado 2, y transmitirá ese dictamen a la autoridad u organismo regulador nacional de que se trate y a la Comisión.
6. La autoridad u organismo regulador nacional a que hace referencia el apartado 4 tendrá en cuenta en la mayor medida posible el dictamen a que hace referencia el apartado 5. Cuando dicha autoridad u organismo regulador nacional no siga el dictamen, total o parcialmente, proporcionará al Comité y a la Comisión una motivación justificada que explique su postura en el plazo que habrá de establecer el Comité en su reglamento interno.

Artículo 23

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 22, el Comité, por propia iniciativa o a solicitud de la Comisión, elaborará 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 dicha 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 mencionados en el artículo 22, apartado 2. El Comité llamará la atención de la Comisión sobre dichas concentraciones en el mercado de los medios de comunicación.
2. Sin perjuicio de sus competencias con arreglo a los Tratados, la Comisión podrá emitir su propio dictamen sobre el asunto.
3. El Comité y la Comisión harán públicos los dictámenes a que se refiere el presente artículo.

SECCIÓN 6

ASIGNACIÓN TRANSPARENTE Y EQUITATIVA DE LOS RECURSOS ECONÓMICOS

Artículo 24

Medición de la audiencia

1. Los proveedores de sistemas de medición de la audiencia garantizarán que sus sistemas de medición de la audiencia y la metodología utilizada por estos cumplan los principios de transparencia, imparcialidad, inclusividad, proporcionalidad, no discriminación, comparabilidad y verificabilidad.
2. Sin perjuicio de la protección de los secretos comerciales de las empresas, en el sentido del artículo 2, punto 1, de la Directiva (UE) 2016/943, 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, a los anunciantes y 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.

Los proveedores de sistemas propios de medición de la audiencia garantizarán que la metodología utilizada por sus sistemas de medición de la audiencia y el modo en que se aplica sean objeto de una auditoría independiente una vez al año. A solicitud del prestador de servicios de medios de comunicación, un proveedor de sistema propio de medición de la audiencia proporcionará información sobre los resultados de las mediciones de audiencia, incluidos los datos no agregados, relativos a los contenidos y servicios de medios de comunicación de dicho prestador de servicios de medios de comunicación.

El presente apartado no afectará a la protección de datos ni a las normas de privacidad de la Unión.

3. Las autoridades u organismos reguladores nacionales alentarán a los proveedores de sistemas de medición de la audiencia, junto con los prestadores de servicios de medios de comunicación, los prestadores de plataformas en línea, las organizaciones que los representan y cualquier otra parte interesada, a elaborar códigos de conducta o alentarán a los proveedores de sistemas de medición de la audiencia a cumplir los códigos de conducta acordados conjuntamente y ampliamente aceptados por los prestadores de servicios de medios de comunicación, las organizaciones que los representan y cualquier otra parte interesada.

Los códigos de conducta a que se refiere el párrafo primero del presente apartado pretenderán promover el seguimiento periódico, independiente y transparente de la consecución efectiva de sus objetivos y el cumplimiento de los principios a que se refiere el apartado 1, también mediante auditorías independientes y transparentes.

4. La Comisión, asistida por el Comité, podrá emitir directrices sobre la aplicación práctica de los apartados 1, 2 y 3, teniendo en cuenta, cuando proceda, los códigos de conducta a que se refiere el apartado 3.
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, representantes de los prestadores de servicios de medios de comunicación, representantes de los prestadores de plataformas en línea y otras partes interesadas.

Artículo 25

Asignación de fondos públicos para publicidad estatal y contratos de suministro o de servicios

1. Los fondos públicos o cualquier otra remuneración o ventaja 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 o para contratos de suministro o de servicios celebrados con los prestadores de servicios de medios de comunicación o con los prestadores de plataformas en línea se concederán de conformidad con criterios transparentes, objetivos, proporcionados y no discriminatorios, puestos a disposición del público de antemano por medios electrónicos y fáciles de usar, mediante procedimientos abiertos, proporcionados y no discriminatorios.

Los Estados miembros procurarán velar por que el gasto público anual global asignado para publicidad estatal se distribuya a una amplia pluralidad de prestadores de servicios de medios de comunicación con representación en el mercado, teniendo en cuenta las especificidades nacionales y locales de los mercados de los medios de comunicación de que se trate.

El presente artículo no afectará a la adjudicación de contratos públicos ni de contratos de concesión en virtud de las normas sobre contratación pública de la Unión o a la aplicación de las normas de la Unión sobre ayudas estatales.

2. Las autoridades o entidades públicas harán pública anualmente, por medios electrónicos y fáciles de usar, información sobre su gasto público en publicidad estatal. Dicha información incluirá al menos lo siguiente:
 - a) 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;

- b) cuando proceda, las denominaciones legales de los grupos empresariales de los que formen parte dichos prestadores de servicios de medios de comunicación o prestadores de plataformas en línea a que se refiere la letra a), y
- c) el importe total anual del gasto, y los importes anuales del gasto respecto de cada prestador de servicios de medios de comunicación o prestador de una plataforma en línea.

Los Estados miembros podrán eximir a los gobiernos subnacionales de entidades territoriales de menos de 100 000 habitantes y a las entidades controladas, directa o indirectamente, por dichos gobiernos subnacionales, de las obligaciones establecidas en el párrafo primero, letra b).

3. Las autoridades u organismos reguladores nacionales, u otras autoridades u organismos independientes competentes de los Estados miembros, efectuarán un seguimiento de la asignación del gasto en publicidad estatal a prestadores de servicios de medios de comunicación y prestadores de plataformas en línea, sobre la base de la información detallada en el apartado 2, e informarán anualmente al respecto. Dichos informes anuales se pondrán a disposición del público de una manera fácilmente accesible.

Con el fin de evaluar la exhaustividad de la información sobre la publicidad estatal facilitada con arreglo al apartado 2, las autoridades u organismos reguladores nacionales, u otras autoridades u organismos independientes competentes de los Estados miembros, podrán solicitar de las autoridades o entidades públicas mencionadas en el apartado 2, párrafo primero, más información, en particular información más pormenorizada sobre la aplicación de los criterios y procedimientos a que se refiere el apartado 1.

Cuando el seguimiento, la evaluación y la presentación de informes sean llevados a cabo por otras autoridades u organismos independientes competentes de los Estados miembros, dichas autoridades u organismos mantendrán debidamente informados a las autoridades u organismos reguladores nacionales.

Capítulo IV

Disposiciones finales

Artículo 26

Actividad de seguimiento

1. La Comisión garantizará que el mercado interior de los servicios de medios de comunicación, incluidos los riesgos y los avances en relación con su funcionamiento, esté sujeto a un seguimiento independiente y continuo (en lo sucesivo, «ejercicio de seguimiento»). Las conclusiones del ejercicio de seguimiento se someterán a consulta con el Comité y se presentarán ante el Comité de contacto y se debatirán con él.
2. La Comisión definirá, en consulta con el Comité, los indicadores clave de rendimiento, las salvaguardias metodológicas para proteger la objetividad y los criterios de selección de los investigadores para el ejercicio de seguimiento.
3. La actividad de seguimiento incluirá:
 - a) un análisis detallado de los mercados de medios de comunicación de todos los Estados miembros, que examine también el nivel de concentración de los medios de comunicación y los riesgos de manipulación de información e injerencia por parte de agentes extranjeros;
 - b) una visión general y una evaluación prospectiva del funcionamiento del mercado interior de los servicios de medios de comunicación en su conjunto, también en lo que respecta a las repercusiones de las plataformas en línea;

- c) una visión general de los riesgos para el pluralismo de los medios de comunicación y la independencia editorial de los prestadores de servicios de medios de comunicación, cuando puedan tener repercusión en el funcionamiento del mercado interior;
 - d) 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;
 - e) una visión detallada de los marcos y las prácticas para la asignación de fondos públicos para publicidad estatal.
4. El ejercicio de seguimiento se llevará a cabo anualmente. Los resultados del ejercicio de seguimiento, incluidos la metodología y los datos utilizados al efecto, se harán públicos y se presentarán anualmente al Parlamento Europeo.

Artículo 27

Evaluación e informes

1. A más tardar el ... [*cincuenta y un meses a partir de la fecha de 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. En la primera evaluación a que se refiere el apartado 1 del presente artículo, la Comisión examinará, en particular, la eficacia del funcionamiento de la secretaría del Comité a que se refiere el artículo 11, también en lo que respecta a la adecuación de los recursos en relación con el desempeño de sus funciones.

3. A los efectos del apartado 1 y a solicitud de la Comisión, los Estados miembros y el Comité le enviarán la información pertinente.
4. Al llevar a cabo las evaluaciones a que se refiere el apartado 1 del presente artículo, 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 26.
5. Los informes a que se refiere el apartado 1 podrán acompañarse, cuando proceda, de una propuesta de modificación del presente Reglamento.

Artículo 28
Modificación de la Directiva 2010/13/UE

La Directiva 2010/13/UE se modifica como sigue:

- 1) Se suprime el artículo 30 *ter*.
- 2) Las referencias al artículo 30 *ter* de la Directiva 2010/13/UE se entenderán hechas al artículo 13, apartado 1, letra c), del presente Reglamento.

Artículo 29
Entrada en vigor y aplicación

El presente Reglamento entrará en vigor a los veinte días de su publicación en el *Diario Oficial de la Unión Europea*.

El presente Reglamento será aplicable a partir del ... [*quince meses a partir de la fecha de entrada en vigor del presente Reglamento*]. No obstante:

- a) el artículo 3 será aplicable a partir del ... [*seis meses a partir de la fecha de entrada en vigor del presente Reglamento*];
- b) el artículo 4, apartados 1 y 2, el artículo 6, apartado 3 y los artículos 7 a 13 y 28 serán aplicables a partir del ... [*nueve meses a partir de la fecha de entrada en vigor del presente Reglamento*];
- c) los artículos 14 a 17 serán aplicables a partir del ... [*doce meses a partir de la fecha de entrada en vigor del presente Reglamento*];
- d) el artículo 20 será aplicable a partir del ... [*treinta y seis meses a partir de la fecha de entrada en vigor del presente Reglamento*].

El presente Reglamento será obligatorio en todos sus elementos y directamente aplicable en cada Estado miembro.

Hecho en ..., el

Por el Parlamento Europeo
La Presidenta

Por el Consejo
La Presidenta / El Presidente