

“Usuarios de especial relevancia” en la Ley General de Comunicación Audiovisual

El [Real Decreto 444/2024, de 30 de abril](#) regula los requisitos para ser considerado usuario de especial relevancia de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma a efectos de la LGCA.

España - Legal Flash

28 de mayo de 2024



Claves

- > El artículo 94 de la [Ley 13/2022, de 7 de Julio, General de Comunicación Audiovisual](#) (“LGCA”), en vigor desde el 9 de julio de 2022, regula por primera vez la figura de los “*usuarios de especial relevancia que empleen servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma*”, más conocidos como “*influencers*”, definiendo los requisitos para ser categorizados como tales, y estableciendo el abanico de obligaciones que deben cumplir.
- > Sin perjuicio de lo anterior, la LGCA dispone que la concreción de ciertos requisitos debe realizarse mediante desarrollo reglamentario. A tal fin, recientemente se ha aprobado el [Real Decreto 444/2024, de 30 de abril](#), por el que se regulan los requisitos a efectos de ser considerado usuario de especial relevancia de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, en desarrollo del artículo 94 de la LGCA, norma que ha entrado en vigor el 2 de mayo de 2024.
- > En este Legal Flash destacamos los requisitos aplicables para ser considerado *usuario de especial relevancia*, así como las obligaciones que deben cumplir.

Introducción: El Real Decreto 444/2024 por el que se regulan los requisitos para ser considerado *usuario de especial relevancia*

La nueva LGCA entró en vigor el 9 de julio de 2022 para dar cumplimiento al mandato europeo de transponer la [Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual](#) (la “DSCA”), que persigue dos objetivos fundamentales: (i) preservar la diversidad cultural, lingüística y de género de los países, y (ii) crear unas condiciones de competencia equitativas para los diferentes tipos de servicios de medios audiovisuales.

Para adecuar la legislación vigente a la nueva era digital y siguiendo las directrices de la DSCA, la nueva LGCA sustituye y actualiza el régimen establecido en la anterior [Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual](#). De esta forma, la nueva LGCA tiene en cuenta a los nuevos actores surgidos en el mercado audiovisual gracias a las tecnologías digitales y los somete a obligaciones similares.

Por este motivo, el artículo 94 de la LGCA regula por primera vez la figura de los “*usuarios de especial relevancia que empleen servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma*”, unos nuevos agentes comúnmente conocidos como “*influencers*”, “*vloggers*” o “*creadores de contenidos*”. Dicho artículo enumera los requisitos que deben cumplir de forma simultánea los usuarios de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma para ser calificados como *usuarios de especial relevancia*, y por tanto, quedar sometidos a una serie de obligaciones reguladas en la LGCA.

No obstante, algunos de esos requisitos no se desarrollan en la propia LGCA (en concreto, los requisitos relativos a los “*ingresos significativos*” y a la “*audiencia significativa*” con que deben contar dichos usuarios) sino que, de acuerdo con la disposición final séptima, su concreción quedaba supeditada al desarrollo reglamentario posterior.

Así, tras su aprobación por el Consejo de Ministros el 30 de abril de 2024, se ha publicado en el Boletín Oficial del Estado (BOE) el [Real Decreto 444/2024, de 30 de abril](#), por el que se regulan los requisitos a efectos de ser considerado usuario de especial relevancia de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, en desarrollo del artículo 94 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (“**Real Decreto de Influencers**”), en vigor desde el 2 de mayo de 2024, y donde se desarrollan los requisitos relativos a los “*ingresos significativos*” y a la “*audiencia significativa*” a los efectos de ser considerado *usuario de especial relevancia*.

Ámbito de aplicación del Real Decreto de Influencers

En virtud de lo dispuesto en el artículo 2.1 del Real Decreto de Influencers, este será de aplicación a aquellos usuarios, ya sean personas físicas o jurídicas, de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma que cumplan, de forma simultánea, con los **requisitos** recogidos en el **artículo 94.2** de la LGCA, a los que nos referimos en la siguiente sección.

En contraposición, y en línea con lo establecido en los artículos 94.3 de la LGCA y 2.2 del Real Decreto de Influencers, los siguientes usuarios quedan explícitamente excluidos del ámbito de aplicación de la normativa (y, por ende, no podrán categorizarse como *usuarios de especial relevancia*):

- (i) Centros educativos o científicos cuando su actividad entre dentro de sus cometidos o esta sea de carácter divulgativo.
- (ii) Museos, teatros o cualquier otra entidad cultural para presentar su programación o actividades.
- (iii) Administraciones públicas o partidos políticos con fines de información y de presentación de las funciones que desempeñan.
- (iv) Empresas y trabajadores por cuenta propia con el fin de promocionar los bienes y servicios producidos o distribuidos por ellas.
- (v) Asociaciones y organizaciones no gubernamentales con fines de autopromoción y de presentación de las actividades que realizan de acuerdo con su objeto.
- (vi) Prestadores del servicio de comunicación audiovisual inscritos en la sección primera del registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual en relación con los programas, contenidos audiovisuales y/o extractos de los mismos que pongan a disposición del público en los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma, de conformidad con lo establecido en el artículo 9.1 del [Real Decreto 1138/2023, de 19 de diciembre, por el que se regulan el Registro estatal de prestadores del servicio de comunicación audiovisual, de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma y de prestadores del servicio de agregación de servicios de comunicación audiovisual y el procedimiento de comunicación previa de inicio de actividad](#) (el “RD 1138/2023”).

Requisitos para ser considerado *usuario de especial relevancia* conforme a la LGCA y el Real Decreto de Influencers

➤ **Requisitos para ser considerado *usuario de especial relevancia* conforme a la LGCA**

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 94.2 de la LGCA, los usuarios que empleen los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma serán considerados *usuarios de especial relevancia* cuando cumplan, de forma cumulativa, las siguientes **cinco condiciones**:

- a) Que el servicio prestado conlleve una actividad económica por la que su titular obtenga unos **ingresos significativos** derivados de su actividad en los servicios de intercambio de vídeo a través de plataforma.
- b) Que el usuario de especial relevancia sea el **responsable editorial de los contenidos audiovisuales** puestos a disposición del público en su servicio.

- c) Que el servicio prestado esté **destinado a una parte significativa del público en general** y pueda tener un claro impacto sobre él.
- d) Que la función del servicio sea la de **informar, entretener o educar** y el principal objetivo del servicio sea la **distribución de contenidos audiovisuales**.
- e) Que el servicio se ofrezca a través de **redes de comunicaciones electrónicas** y esté establecido en **España**.

Como veremos a continuación, los conceptos de “*ingresos significativos*” (apartado (a) anterior), y de “*parte significativa del público*” (o “*audiencia significativa*”), (apartado (c) anterior), se concretan y matizan en el Real Decreto de Influencers.

➤ **Desarrollo de los requisitos para ser considerado usuario de especial relevancia en el Real Decreto de Influencers**

Requisito de ingresos significativos (artículo 94.2 a) de la LGCA):

Según el **artículo 3 del Real Decreto de Influencers**, para entender que un usuario de plataformas de intercambio de vídeos obtiene “*ingresos significativos*”, sus **ingresos brutos**, devengados en el **año natural anterior**, deben ser iguales o superiores a **300.000 euros**, y deben referirse exclusivamente a la actividad de los usuarios en los servicios de intercambio de vídeos a través de la plataforma que empleen.

Esta cifra debe alcanzarse **en el conjunto de servicios de intercambio de vídeo a través de plataforma**. Esto es, no se trata de los ingresos derivados del uso de una única plataforma, sino de la suma de ingresos obtenidos en las diferentes plataformas empleadas por cada influencer.

En concreto, los ingresos computables para determinar los ingresos significativos son:

- Los ingresos obtenidos –tanto de remuneraciones dinerarias como en especie– por la comercialización, venta u organización de las comunicaciones comerciales audiovisuales que acompañen o se inserten en los contenidos audiovisuales responsabilidad de los usuarios que empleen servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma.
- Los ingresos percibidos por los usuarios procedentes de los prestadores de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma por razón de su actividad en dichos servicios.
- Los ingresos percibidos por la actividad de los usuarios provenientes de cuotas y pagos abonados por su audiencia en los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma.
- Los ingresos procedentes de prestaciones económicas concedidas por administraciones y entidades públicas relacionados con la actividad de los usuarios en los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma.

- Otros ingresos obtenidos por la actividad de los usuarios en los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma no previstos en los puntos anteriores. Este último concepto se presta a no poca inseguridad jurídica, al abrir la posibilidad de considerar como ingresos computables un conjunto indeterminado de ingresos cuya vinculación con los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma no se llega a definir. Por lo demás, es difícil imaginar algún otro tipo de ingreso computable que, estando vinculado al servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma, no encaje en alguna de las cuatro categorías anteriores. En todo caso, se deberá tratar de ingresos obtenidos por el influencer en tanto responsable editorial de contenidos audiovisuales, no en tanto participe en contenidos audiovisuales de los que sean responsables otros usuarios.

Requisito de audiencia significativa (artículo 94.2 c) de la LGCA):

Según el **artículo 4 del Real Decreto de Influencers**, para entender que un servicio de responsabilidad de un usuario está destinado a una parte significativa del público en general y puede tener un claro impacto sobre él, **deben cumplirse cumulativamente dos requisitos:**

- Que el servicio alcance, en algún momento del año natural anterior, un número de seguidores igual o superior a **1.000.000 en un único servicio de intercambio de vídeos** a través de plataforma; o bien un número de seguidores igual o superior a **2.000.000, de forma agregada**, considerando todos los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma en los que el usuario desarrolle su actividad; y
- Que, en el conjunto de servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma en los que el usuario desarrolle su actividad, se haya publicado o compartido un **número de vídeos igual o superior a 24** en el año natural anterior, con independencia de su duración. Debe tratarse de vídeos respecto de los que el usuario en cuestión asuma la responsabilidad editorial, no de aquellos en los que el usuario simplemente aparezca, correspondiendo la responsabilidad editorial a otro usuario.

Obligaciones de los *usuarios de especial relevancia* y sanciones derivadas de su incumplimiento en los términos dispuestos en la LGCA

En este apartado se detallan las obligaciones de los usuarios de especial relevancia y el régimen sancionador aplicable. Ambos aspectos se encuentran regulados en la LGCA.

> Obligaciones de los *usuarios de especial relevancia*

Aquellos usuarios que empleen los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma que reúnan los requisitos contenidos en la LGCA y el Real Decreto de Influencers para ser *usuarios de especial relevancia* deberán cumplir con las obligaciones indicadas en el artículo 94 LGCA,

apartados 1 y 4, que a su vez se remiten a otros preceptos de ese texto normativo. A continuación, se desarrollan las referidas obligaciones:

1. Respeto de ciertos principios en la distribución de contenidos (artículo 86 LGCA)

Los contenidos distribuidos a través de sus servicios deberán respetar los siguientes principios generales de la comunicación audiovisual:

- Dignidad humana (artículo 4 LGCA): de modo que la comunicación audiovisual respete la dignidad humana, no incite a la violencia, al odio o a la discriminación, respete el honor, la intimidad y la propia imagen de las personas y no contenga ninguna provocación pública a la comisión de ningún delito.
- Igualdad de género e imagen no discriminatoria de las mujeres (artículo 6 LGCA): de modo que la comunicación audiovisual transmita una imagen igualitaria y no discriminatoria de mujeres y hombres y no favorezca, directa ni indirectamente, situaciones de discriminación por razón de sexo, desigualdad de las mujeres o que inciten a la violencia sexual o de género.
- Respeto a las personas con discapacidad (artículo 7 LGCA): de modo que la comunicación audiovisual favorezca una imagen ajustada, respetuosa, apreciativa, inclusiva y libre de estereotipos de las personas con discapacidad.
- Alfabetización mediática (artículo 10 LGCA): de modo que los *usuarios de especial relevancia*, en colaboración con terceros, adopten medidas para la adquisición y el desarrollo de las capacidades de alfabetización mediática, y para promover que los padres, madres, tutores o representantes legales procuren que los menores hagan un uso beneficioso y seguro de los dispositivos digitales, de los servicios de comunicación audiovisual y de los servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma.
- Autorregulación, corregulación y códigos de conducta (artículos 12, 14 y 15 LGCA): de modo que los usuarios de especial relevancia adopten de forma voluntaria directrices entre sí y para sí y sean responsables del desarrollo de estas directrices, así como del seguimiento y aplicación de su cumplimiento (autorregulación), se sometan a los convenios suscritos entre la autoridad audiovisual competente (corregulación), y se adhieran voluntariamente a los códigos de conducta promovidos por la autoridad audiovisual competente.

2. **Adopción de medidas para proteger a los menores de edad frente a la exposición a contenidos audiovisuales que puedan perjudicar su desarrollo físico, mental o moral (artículo 99 apartados 1 y 4 LGCA)**

Los *usuarios de especial relevancia* deberán proteger a los menores de edad frente a la exposición a contenidos audiovisuales que puedan perjudicar su desarrollo físico, mental o moral. Para ello, los *usuarios de especial relevancia* deberán adoptar las siguientes medidas:

- Facilitar a los usuarios información suficiente e inequívoca acerca de la naturaleza potencialmente perjudicial para el desarrollo físico, mental o moral de los menores de los programas y contenidos audiovisuales mediante la implementación de algún sistema (entre otros, sistema de descripción del contenido, advertencia acústica, símbolo visual, etc.).
- Separar los contenidos audiovisuales que puedan incluir escenas de pornografía o violencia gratuita.
- Formar parte del código de corregulación que la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia firmará, entre otros, con los *usuarios de especial relevancia*.
- Proporcionar mecanismos de control parental o sistemas de codificación digital.
- Establecer y aplicar los sistemas de fácil uso puestos a su disposición para calificar los contenidos que puedan vulnerar las obligaciones aquí establecidas.

3. **Cumplimiento de limitaciones y prohibiciones en las comunicaciones comerciales audiovisuales (sección 1ª y 2ª Capítulo IV LGCA).**

Cuando comercialicen, vendan u organicen las comunicaciones comerciales que acompañen o se inserten en sus contenidos audiovisuales, los *usuarios de especial relevancia* deberán cumplir las obligaciones que a continuación se enumeran:

- Las comunicaciones comerciales audiovisuales deben estar **claramente diferenciadas** del contenido editorial mediante mecanismos ópticos, acústicos o espaciales.
- El nivel sonoro de las comunicaciones comerciales audiovisuales no puede ser superior al nivel medio del contenido que le precede.
- No podrán realizarse comunicaciones comerciales audiovisuales que vulneren la dignidad humana, fomenten la discriminación, fomenten comportamientos nocivos para la seguridad o el medio ambiente, utilicen la imagen de las mujeres con carácter vejatorio o discriminatorio o que constituyan publicidad encubierta o subliminal.

- No podrán realizarse comunicaciones comerciales audiovisuales que fomenten comportamientos nocivos para la salud. En particular: (i) de cigarrillos y demás productos de tabaco; (ii) de medicamentos y productos sanitarios que no respete los límites previstos en la normativa reguladora de la publicidad y actividades relacionadas con la salud; (iii) de bebidas alcohólicas cuando, entre otros supuestos, no se incluya un mensaje de consumo moderado y de bajo riesgo, la comunicación se dirija específicamente a menores, o presenten a menores consumiendo dichas bebidas, se asocie el consumo a la mejora del rendimiento físico, dé la impresión de que su consumo contribuye al éxito social o sexual, o lo asocie o vincule o relacione con ideas o comportamientos que expresen éxito personal, familiar, social, deportivo o profesional.
- No podrán realizarse comunicaciones comerciales audiovisuales de bebidas alcohólicas con determinada gradación, relacionadas con el esoterismo y las paraciencias, o con los juegos de azar y apuestas fuera de los límites horarios regulados en el artículo 123 de la LGCA.
- No podrán realizarse comunicaciones comerciales audiovisuales que puedan producir perjuicio físico, mental o moral a los menores.
- Las comunicaciones comerciales audiovisuales sobre productos especialmente dirigidos a menores, como los juguetes, no podrán inducir a error sobre las características de estos, su seguridad, o la capacidad y aptitudes necesarias en el menor para utilizarlos, ni tampoco reproducir estereotipos sexistas.

4. Cumplimiento de otras normativas específicas que se apliquen a la realización de determinadas comunicaciones comerciales (artículo 125 LGCA)

Las comunicaciones comerciales audiovisuales deberán respetar en todo caso los regímenes normativos específicos que sean aplicables, a saber, la normativa sobre: (i) publicidad institucional; (ii) protección del medio ambiente; (iii) seguridad de las personas; (iv) servicios bancarios y financieros; (v) productos alimenticios; o (vi) participación política y propaganda electoral.

5. Inscripción en el Registro Estatal de Prestadores de Servicios de Comunicación Audiovisual

El artículo 94.4 de la LGCA impone a los *usuarios de especial relevancia* su inscripción en el registro estatal de prestadores de servicios de la comunicación audiovisual (el “**Registro Estatal de Prestadores**”) en los términos dispuestos en el RD 1138/2023.

A tal efecto, los *usuarios de especial relevancia* cuentan con un **plazo de dos meses** desde la entrada en vigor del Real Decreto de Influencers para presentar su solicitud de inscripción en el Registro Estatal de Prestadores.

➤ **Sanciones por el incumplimiento de las obligaciones de los usuarios de especial relevancia**

Los incumplimientos de las anteriores obligaciones podrán calificarse, en atención a su gravedad, como: (i) infracciones muy graves, previstas en el artículo 157 LGCA, (ii) infracciones graves, contenidas en el artículo 158 LGCA; e (iii) infracciones leves, dispuestas en el artículo 159 LGCA.

En este sentido, el artículo 160 de la LGCA cuantifica las sanciones que podrían derivarse del incumplimiento de las obligaciones descritas, en atención a su **gravedad**, tomando como referencia los ingresos del servicio de comunicación audiovisual en el que tenga lugar la infracción en el ejercicio inmediatamente anterior al de la imposición de la multa conforme a su cuenta de explotación, obtenidos por la prestación de dicho servicio de comunicación audiovisual en el mercado audiovisual español.

Sanción por incumplimiento			Según ingresos devengados
Muy grave	Grave	Leve	
Hasta 60.000 euros	Hasta 30.000 euros	Hasta 10.000 euros	< 2 millones de euros
Hasta 300.000 euros	Hasta 150.000 euros	Hasta 25.000 euros	= 2 millones de euros > 2 millones de euros < 10 millones de euros
Hasta 600.000 euros	Hasta 300.000 euros	Hasta 50.000 euros	= 10 millones de euros > 10 millones de euros < 50 millones de euros
Hasta el 3% de los ingresos devengados en el ejercicio inmediatamente anterior al de la imposición de la multa conforme a su cuenta de explotación, con un máximo de 1.500.000 euros, obtenidos por la prestación del servicio de comunicación audiovisual en el mercado audiovisual español	Hasta el 1,5% de los ingresos devengados en el ejercicio inmediatamente anterior al de la imposición de la multa conforme a su cuenta de explotación con un máximo de 750.000 euros, obtenidos por la prestación del servicio de comunicación audiovisual en el mercado audiovisual español	Hasta el 0,5% de los ingresos devengados en el ejercicio inmediatamente anterior al de la imposición de la multa conforme a su cuenta de explotación con un máximo de 150.000 euros, obtenidos por la prestación del servicio de comunicación audiovisual en el mercado audiovisual español	= 50 millones de euros > 50 millones de euros

➤ Responsabilidad por la comisión de infracciones: deber de conservación y exclusión de responsabilidad

A efectos de determinar cualquier potencial responsabilidad por parte de *los usuarios de especial relevancia*, estos deberán conservar durante un plazo de **seis meses** los programas y contenidos audiovisuales o comunicaciones comerciales que realicen, así como registrar los datos relativos a estos.

Por otra parte, el artículo 156. 3 LGCA prevé una exclusión de responsabilidad para los *usuarios de especial relevancia* por la comisión de infracciones de la LGCA en el supuesto de que el *usuario de especial relevancia* emita comunicaciones comerciales audiovisuales elaboradas por **personas ajenas**. En este sentido, para no incurrir en responsabilidad administrativa, es preceptivo que el *usuario de especial relevancia* cese en la emisión de tal comunicación comercial al primer requerimiento de la autoridad audiovisual o de cualquier organismo de autorregulación al que pertenezca.

Próximos pasos

- Las obligaciones dispuestas en el artículo 94 de la LGCA se hicieron exigibles tras la aprobación del Real Decreto de Influencers, que entró en vigor el pasado 2 de mayo de 2024. Desde ese momento, el incumplimiento de las obligaciones dispuestas por la LGCA para los *usuarios de especial relevancia* podría conllevar la imposición de las sanciones descritas en el presente Legal Flash.
- Los *usuarios de especial relevancia* cuentan con un **plazo de dos meses** desde la entrada en vigor del Real Decreto de Influencers (el pasado 2 de mayo de 2024) para presentar su solicitud de inscripción en el Registro Estatal de Prestadores. La fecha límite para presentar dicha solicitud será por tanto el **2 de julio de 2024**.
- El Reglamento de Influencers es susceptible de desarrollo futuro a instancia de la persona titular del Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, a efectos de asegurar la correcta aplicación de sus disposiciones, en base a lo dispuesto en su disposición final segunda.

Para obtener información adicional sobre el contenido de este documento puede enviar un mensaje a nuestro equipo del [Área de Propiedad Intelectual y Nuevas Tecnologías](#) o dirigirse a su contacto habitual en Cuatrecasas.

Contactos: Rafael Sánchez Aristi, Nora Oyarzabal Oyonarte

©2024 CUATRECASAS

Todos los derechos reservados.

Este documento es una recopilación de información jurídica elaborado por Cuatrecasas. La información o comentarios que se incluyen en el mismo no constituyen asesoramiento jurídico alguno.

Los derechos de propiedad intelectual sobre este documento son titularidad de Cuatrecasas. Queda prohibida la reproducción en cualquier medio, la distribución, la cesión y cualquier otro tipo de utilización de este documento, ya sea en su totalidad, ya sea en forma extractada, sin la previa autorización de Cuatrecasas.

