A fecha de: 12.06.2024

---

**Estatutos relativos a la regulación de los intermediarios de los medios de comunicación de conformidad con el artículo 96 del Tratado de Estado sobre los medios de comunicación**[1]

**(Estatuto de los intermediarios de los medios de comunicación)**

**de ….**

Sobre la base del artículo 96, frase 1, del Tratado de Estado sobre los medios de comunicación (MStV, por su versión en alemán) del 14 al 28 de abril de 2020 [referencia], el [nombre de la autoridad competente del estado federado en materia de medios de comunicación], de acuerdo con las demás autoridades de los estados federados en materia de medios de comunicación, establece por la presente los siguientes estatutos:

## Sección 1. [a]: Disposiciones generales

### Artículo 1
### Propósito y objetivo

(1) De conformidad con el artículo 96 del MStV, estos estatutos regularán los detalles sobre la especificación sustantiva y procesal de las disposiciones legales para la regulación de los intermediarios de medios de comunicación y los proveedores de intermediarios de medios de comunicación (artículos 91 a 95 del MStV).

(2) Estos estatutos tienen como objetivo garantizar la diversidad de opiniones (diversidad de oferta y proveedores).

(3) Al aplicar los presentes estatutos se tendrá en cuenta la función rectora de los intermediarios de los medios de comunicación para los respectivos grupos de usuarios.

### Artículo 2
### Ámbito de aplicación

(1) [1]El ámbito de aplicación de los presentes estatutos incluye a los intermediarios de los medios de comunicación, los intermediarios de los medios de comunicación integrados y sus proveedores. [2]El término «intermediario de medios de comunicación integrados» de conformidad con el artículo 91, apartado 1, del MStV abarca toda integración de una función intermediaria en las ofertas de terceros, lo que permite a los usuarios de las ofertas de terceros utilizar dicha función intermediaria.

[1] Notificado de conformidad con la Directiva (UE) 2015/1535 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de septiembre de 2015, por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información (DO L 241 de 17.9.2015, p. 1).

(2) El número de usuarios de conformidad con el artículo 91, apartado 2, párrafo 1, del MStV es la suma de los usuarios únicos mensuales.

(3) Si el proveedor de un intermediario de medios de comunicación hace referencia a las disposiciones del artículo 91, apartado 2, párrafo 1, del MStV, deberá, a petición de la autoridad competente del estado federado en materia de medios de comunicación, presentar y fundamentar el número de usuarios en el plazo de un mes y presentar la información y los documentos necesarios para su análisis.

(4) Si la función intermediaria aún no se ha ofrecido o se ha ofrecido durante menos de seis meses, el proveedor del intermediario de medios de comunicación, a petición de la autoridad competente del estado federado en materia de medios de comunicación, hará una previsión de la progresión de los números de usuario en el sentido del artículo 91, apartado 2, párrafo 1, del MStV, proporcionará pruebas fidedignas y presentará también la información y los documentos necesarios para su análisis.

**Artículo 3**
**Agente autorizado**

(1) Un agente autorizado puede ser una persona física o jurídica.

(2) [1]Las personas físicas deben tener su domicilio o residencia habitual en la República Federal de Alemania y las personas jurídicas deben tener el domicilio social de su principal establecimiento en la República Federal de Alemania. [2]Se deberá indicar una dirección para notificaciones.

(3) Los requisitos según el artículo 92, frase 1, segunda parte, del MStV se cumplen, por lo general, si la persona autorizada a recibir servicios se menciona en el ámbito de la información requerida según el artículo 5, apartado 1, de la Ley de Telemedios y el artículo 18, apartado 1, del MStV.

**Sección 2. [a]: Transparencia**

**Artículo 4**
**Propósito y objetivo**

[1]Las disposiciones de esta sección tienen por objeto garantizar una transparencia adecuada para los usuarios de intermediarios de medios de comunicación con respecto a la información enumerada en el artículo 93, apartado 1, del MStV y el artículo 6 (información que debe hacerse transparente). [2]En particular, esto debería permitir un uso informado del intermediario de los medios de comunicación en lo que respecta a la agregación, selección y presentación de contenidos periodísticos-editoriales. [3]También se dirigen a los proveedores de contenido periodístico-editorial.

**Artículo 5**

**Requisitos formales**

(1) La información con arreglo al artículo 93, apartado 1, del MStV, las modificaciones con arreglo al artículo 93, apartado 3, del MStV y la información con arreglo al artículo 6 deben hacerse transparentes en alemán.

(2) [1]La información que debe hacerse transparente es fácilmente perceptible en el sentido del artículo 93 del MStV, si se coloca en una posición claramente perceptible para un usuario medio, teniendo en cuenta la situación de uso típica del intermediario de medios de comunicación. [2]Esto suele ocurrir si la información que debe hacerse transparente es claramente distinguible del resto del contenido y está directamente relacionada con las opciones de entrada o navegación esenciales para el uso del intermediario de medios de comunicación. [3]Cuando se utiliza un enlace web que se refiere a la información que debe hacerse transparente, los requisitos anteriores se aplican en consecuencia.

(3)[1]La información que debe hacerse transparente es directamente accesible en el sentido del artículo 93 del MStV si puede ser percibida por el usuario sin pasos intermedios significativos. [2]Este no es el caso, en particular, si se puede acceder a la información a través de más de dos enlaces web o la recuperación de la información se hace depender de un registro previo o de un inicio de sesión.

(4) La información que debe hacerse transparente siempre está disponible en el sentido del artículo 93 del MStV, si el usuario puede acceder a ella en cualquier momento.

(5) La información que debe hacerse transparente se proporciona en un lenguaje comprensible en el sentido del artículo 93 del MStV, si puede proporcionar al usuario medio la comprensión básica de las circunstancias a que se refiere el artículo 93, apartado 1, del MStV requerido para el uso informado del intermediario de medios.

(6) Si el uso del intermediario de los medios de comunicación se basa principalmente en la voz, la información que debe hacerse transparente también debe reproducirse acústicamente a petición del usuario, por lo que basta con indicar acústicamente el lugar en que debe hacerse transparente.

**Artículo 6**
**Obligaciones de información**

(1) [1]El proveedor de un intermediario de medios está obligado a hacer transparentes los criterios que determinan el acceso de los contenidos a un intermediario de medios y su retención (artículo 93, apartado 1, párrafo 1, del MStV). [2]A tal fin, el proveedor de un intermediario de medios de comunicación deberá facilitar, en particular, la siguiente información:

1. una descripción de las condiciones técnicas, económicas, relacionadas con el proveedor, relacionadas con el usuario y relacionadas con el contenido que determinen si el contenido se hace perceptible a través de un intermediario de medios de comunicación,
2. en caso de que determinados contenidos sean filtrados o degradados o actualizados en términos de perceptibilidad al acceder y permanecer en el intermediario de medios, en

particular mediante el uso de sistemas automáticos, se indicará la categoría de contenidos en cuestión y los objetivos perseguidos por el filtrado o la clasificación, así como
3. información sobre si y, en caso afirmativo, cómo el acceso y la retención de contenidos en el intermediario de los medios de comunicación son o pueden verse influidos por pagos u otros beneficios directos o indirectos en especie.

(2) [1]El proveedor de un intermediario de medios de comunicación está obligado, de conformidad con el artículo 93, apartado 1, párrafo 2, del MStV, a hacer transparentes los criterios centrales de agregación, selección y presentación del contenido y su ponderación, incluida la información sobre el funcionamiento de los algoritmos utilizados. [2]A tal fin, el proveedor de un intermediario de medios de comunicación deberá facilitar, en particular, la siguiente información:

1. una descripción de los criterios centrales de agregación, selección y presentación utilizados por el proveedor intermediario de medios de comunicación,
2. una descripción de la ponderación relativa de los principales criterios en relación entre sí y en relación con los criterios secundarios, sin que estos últimos sean transparentes,
3. una descripción de los objetivos de optimización perseguidos por los criterios principales,
4. información sobre si la búsqueda de contenidos en el intermediario de los medios de comunicación es o puede verse influenciada por el pago de tasas u otras consideraciones de remuneración directa o indirecta y, en caso afirmativo, de qué manera,
5. una descripción de las etapas básicas del proceso en que se basa la agregación, selección y presentación del contenido, incluidos los datos personales y de otro tipo que se incluyan en la agregación, selección y presentación,
6. información sobre el tipo y el alcance de la personalización utilizada y, en caso afirmativo, cómo se evalúa el contenido en función de su pertinencia para el usuario respectivo,
7. información sobre si el comportamiento de los usuarios en el intermediario de los medios de comunicación puede influir en la agregación, selección y presentación de contenidos y, en caso afirmativo, de qué manera, indicando incluso las posibilidades de influencia de que dispone el usuario a través de ajustes y funciones parciales, y
8. información sobre si el proveedor de un intermediario de medios de comunicación se encarga del tratamiento de su propio contenido, contenido de una empresa afiliada [artículo 15 de la Ley de sociedades bursátiles (AktG)] o contenido de los socios colaboradores de manera especial durante la agregación, selección o presentación.

(3) [1]Las modificaciones importantes de los criterios que deben hacerse transparentes de conformidad con el artículo 93, apartado 1, del MStV se harán inmediatamente perceptibles. [2]A tal fin, el proveedor de un intermediario de medios de comunicación mantendrá a su disposición una visión general de los cambios significativos realizados a lo largo del tiempo. [3]Todas las demás modificaciones de los criterios que deban hacerse transparentes de conformidad con el artículo 93, apartado 1, del MStV se comunicarán al menos cada cuatro meses a partir de la entrada en vigor de los presentes estatutos. El artículo 5 se aplicará en consecuencia.

## Sección 3. [a]: No discriminación

### Artículo 7
### Disposiciones generales

(1) La obligación de un intermediario de medios de comunicación de conformidad con el artículo 94, apartado 1, del MStV también incluye contribuciones y partes definibles de una oferta periodística-editorial.

(2) [1]Al determinar una influencia particularmente elevada en el sentido del artículo 94, apartado 1, del MStV, es decisiva la influencia del intermediario de los medios de comunicación en la percepción de los contenidos periodístico-editoriales dentro del proceso de formación de opinión. [2]La evaluación podrá tener en cuenta, en particular,

1. la posición del intermediario de los medios de comunicación en los respectivos mercados pertinentes;
2. una visión general del uso, por ejemplo, sobre la base de la gama de uso disponible, los números de usuario, la duración y la actividad de los usuarios o el número de vistas por usuario.

### Artículo 8
### Desviación sistemática según el artículo 94, apartado 2, del primer MStV antiguo

(1) Para evaluar si se ha producido una infracción del artículo 94, apartado 2, del primer MStV antiguo, habrá que tener en cuenta de manera determinante los siguientes elementos:

1. los criterios y la información sobre la ponderación de los criterios publicados por el prestador de servicios de comunicación para cumplir con su obligación según el artículo 93, apartado 1, del MStV o
2. los criterios y la información sobre la ponderación de los criterios que el proveedor intermediario de medios de comunicación tendría que publicar para cumplir su obligación de conformidad con el artículo 93, apartado 1, del MStV.

(2) Se considerará que existe una desviación en el sentido del artículo 94, apartado 2, del primer MStV antiguo, en particular si el proveedor de un intermediario de medios de comunicación

1. no aplica los criterios publicados o los que deban publicarse con arreglo al artículo 93, apartado 1, párrafos 1 y 2, del MStV, o
2. se desvía de la ponderación publicada de los criterios principales de una agregación, selección y presentación de contenidos.

(3) [1]Se determinará si una desviación en el sentido del artículo 94, apartado 2, del primer MStV antiguo es sistemática sobre la base de una visión global de todas las circunstancias. [2]En particular, se tendrán en cuenta la duración, regularidad, repetición y programación de la desviación.

(4) Una desviación está justificada si se debe a una razón objetivamente justificada. Las razones para estos pueden ser, en particular:

1. prohibiciones legales u obligaciones legales;
2. las condiciones técnicas de la presentación al usuario;
3. requisitos para proteger la integridad del servicio.

(5) La existencia de una razón objetivamente justificada se evalúa tras sopesar los intereses de las partes implicadas, teniendo en cuenta el objetivo del MStV de garantizar la diversidad de opiniones.

**Artículo 9**
**Oposición no razonable de acuerdo con el artículo 94, apartado 2, del segundo MStV antiguo**

(1) Una oposición en el sentido del artículo 94, apartado 2, del segundo MStV antiguo es el impedimento directo o indirecto en términos de acceso o posibilidad de encontrar una oferta periodística-editorial.
(2) El artículo 8, apartado 1, se aplica en consecuencia.

(3) [1]La determinación de si una oposición en el sentido del artículo 94, apartado 2, del segundo MStV antiguo es sistemática debe hacerse sobre la base de una visión global de todas las circunstancias. [2]Se tendrán en cuenta la duración, regularidad, repetición y programación de la desviación.

(4) [1]El carácter no razonable de una oposición se evaluará sobre la base de un equilibrio entre los intereses de las partes, teniendo en cuenta el objetivo del MStV de garantizar la diversidad de opiniones. [2]El carácter no razonable de una oposición puede surgir de criterios individuales o de la interacción acumulada de varios criterios.

**Sección 4. [a]: Procedimiento e investigación**

**Artículo 10**
**Competencia de la Comisión de Licencias y Supervisión (ZAK)**

(1) Para las tareas que deben realizarse en el marco de los presentes estatutos, la Comisión de Licencias y Supervisión (ZAK) de la autoridad competente del estado federado en materia de medios de comunicación sirve como órgano adecuado (artículo 104, apartado 2, frase 1, número 1, y artículo 105, apartado 1, frase 1, número 10, del MStV en relación con el reglamento de la ZAK - GVO ZAK).

2) [1]La autoridad competente del estado federado en materia de medios de comunicación transmitirá inmediatamente las denuncias a la ZAK a través de la Oficina Conjunta según el artículo 11 y le informará de los exámenes de oficio. [2]La ZAK dirige el procedimiento hasta que la decisión esté lista.

**Artículo 11**
**Procedimiento de no discriminación**

(1) La autoridad competente del estado federado en materia de medios de comunicación examinará a través de la ZAK, en base a una denuncia o en casos obvios de oficio, si el proveedor de un intermediario de medios de comunicación infringe lo dispuesto en el artículo 94, apartados 1 y 2, del MStV o en los artículos 8 y 9.

(2) Se otorga el derecho a recurrir en el sentido del artículo 94, apartado 3, frase 1, del MStV a:

1. los proveedores de contenidos periodísticos-editoriales y a
2. los proveedores de plataformas de medios de comunicación e interfaces de usuario, en la medida en que denuncien la discriminación de los paquetes de contenido periodístico-editorial que ofrecen.

3) [1]El recurrente explicará las razones de su recurso. Para ello, se aportarán las pruebas adecuadas de las que se desprendan indicios suficientes de la supuesta discriminación de su contenido periodístico-editorial en el sentido del artículo 94, apartado 2, del MStV o de los artículos 8 y 9. [2]En particular, podrán presentarse los siguientes documentos:

1. evaluaciones de la posibilidad de encontrar contenido periodístico-editorial propio en el intermediario de los medios de comunicación y
2. estudios adecuados.

[3]Además, siempre que sea posible, el recurrente aportará pruebas adecuadas de las que haya pruebas suficientes de la influencia particularmente elevada del intermediario de los medios de comunicación en la perceptibilidad de los contenidos periodístico-editoriales en el sentido del artículo 94, apartado 1, del MStV.

(4) Existe un caso evidente en virtud del artículo 94, apartado 3, frase 2, del MStV y el apartado 1, si los hechos subyacentes a la infracción de la prohibición de discriminación son claramente identificables para terceros.

**Artículo 12**
**Rectificación**

[1]Si la autoridad competente del estado federado en materia de medios de comunicación determina, a través de la ZAK, que el proveedor de un intermediario de medios infringe los artículos 92 a 94 del MStV o las disposiciones de los presentes estatutos, el proveedor del intermediario de medios corregirá inmediatamente el intermediario de medios. [2]El proveedor del intermediario de los medios de comunicación está obligado a proporcionar pruebas de la rectificación a la autoridad competente del estado federado en materia de medios de comunicación de manera adecuada y comprensible.

**Artículo 13**
**Información y presentación de documentos**

(1) [1]Para verificar una posible infracción, el proveedor de un medio de comunicación está obligado a suministrar toda la información necesaria, a poner a disposición la información y a presentar documentos. [2]La autoridad competente del estado federado en materia de medios de comunicación puede, en particular:

1. exigir la presentación de toda la documentación que demuestre los criterios a que se refiere el artículo 93, apartado 1, párrafo 1, del MStV o los criterios principales y su ponderación, así como el funcionamiento de los algoritmos utilizados en el sentido del artículo 93, apartado 1, párrafo 2, del MStV;
2. oír como testigos a los empleados del proveedor de medios de comunicación que intervienen en la definición, aplicación técnica y modificación de los criterios en el sentido del artículo 93, apartado 1, párrafo 1, del MStV o criterios principales y su ponderación, así como los algoritmos utilizados en el sentido del artículo 93, apartado 1, párrafo 2, del MStV;
3. exigir al proveedor intermediario de medios de comunicación una declaración jurada relativa a la información que ha de hacerse transparente de conformidad con el artículo 93, apartado 1, del MStV y el artículo 6;
4. exigir la presentación de acuerdos contractuales, compromisos u otras obligaciones objetivamente relacionadas con el acceso y la retención de contenidos al intermediario de los medios de comunicación, en particular en lo que se refiere a la inclusión, presentación y conservación de contenidos periodísticos-editoriales.

(2) [1]Al presentar los documentos a que se refiere el apartado 1, el proveedor de medios de comunicación marcará las partes de los documentos que contengan secretos comerciales o empresariales. [2]En este caso, deben presentar además una versión que, desde su punto de vista, pueda ser vista por terceros sin revelar secretos comerciales o empresariales. [3]Si esto no se hace, la autoridad del estado federado en materia de medios de comunicación puede asumir el consentimiento para la inspección, a menos que tenga conocimiento de circunstancias especiales que no justifiquen tal presunción. [4]Si la autoridad del estado federado en materia de medios de comunicación considera que la marca de los documentos como secretos comerciales o empresariales es injustificada, debe dar al proveedor la oportunidad de comentar antes de decidir si concede acceso a terceros.

**Sección 5. [a]: Disposiciones finales**

**Artículo 14**
**Evaluación**

La ZAK revisará estos estatutos al menos cada tres años, teniendo especialmente en cuenta:

1. la experiencia adquirida en la aplicación práctica de estos estatutos;
2. la evolución técnica y económica en el ámbito normativo;

3. la importancia de los intermediarios de los medios de comunicación individuales para la formación de la opinión pública;
4. cambios en la corregulación, como los compromisos a escala de toda la industria;
5. el desarrollo de la investigación sobre la transparencia y la discriminación;
6. el desarrollo de la investigación y la ciencia en el campo del análisis de datos, la inteligencia artificial y el aprendizaje automático.

**Artículo 15**
**Entrada en vigor**

[1]El presente Estatuto entrará en vigor el 1 de enero de 2025. [2]Si para el 31 de diciembre de 2024 no se han promulgado y publicado los estatutos correspondientes por parte de todas las autoridades de los medios de comunicación de los Estados federados, el presente Estatuto quedará sin efecto. [3]El presidente de la Conferencia de Directores de las Autoridades de los Medios de Comunicación de los Estados Federados (DLM, por su versión en alemán) publicará en internet bajo la denominación general «las autoridades de medios de comunicación» si todas las autoridades de los medios de comunicación de los Estados federados han emitido y publicado los estatutos correspondientes en el plazo indicado en la frase 2.