

RESOLUCIÓN DEL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR INCOADO AL USUARIO DE ESPECIAL RELEVANCIA CON MARCA COMERCIAL “IBAI” POR EL INCUMPLIMIENTO DE LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 94 DE LA LEY 13/2022

(SNC/DTSA/007/26)

CONSEJO. SALA DE SUPERVISIÓN REGULATORIA

Presidente

D. Ángel García Castillejo

Consejeros

D. Josep Maria Salas Prat

D. Carlos Aguilar Paredes

D.^a María Jesús Martín Martínez

D. Enrique Monasterio Beñaran

Secretario

D. Miguel Bordiu García-Ovies

En Barcelona, a 18 de junio de 2026

La Sala de Supervisión Regulatoria del Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) con la composición expresada, ha dictado la siguiente resolución en el marco del procedimiento con número de expediente SNC/DTSA/007/26.

TABLA DE CONTENIDO

I. ANTECEDENTES.....	3
PRIMERO.- Periodo de información y actuaciones previas	3
SEGUNDO.- Incoación del procedimiento sancionador	3
TERCERO.- Requerimiento de información	4
CUARTO.- Alegaciones al acuerdo de incoación	4
QUINTO.- Propuesta de resolución.....	5
SEXTO.- Alegaciones a la propuesta de resolución y pago anticipado de la sanción.....	6
SÉPTIMO.- Cierre de instrucción	6
II. HECHOS PROBADOS	6
III. FUNDAMENTOS JURÍDICOS.....	9
PRIMERO.- Habilitación competencial de la CNMC y normativa aplicable para resolver el presente procedimiento sancionador.	9
SEGUNDO.- Objeto del procedimiento sancionador.....	10
TERCERO.- Tipificación de los hechos probados.....	11
CUARTO.- Responsabilidad en la comisión de la infracción	15
QUINTO.- Respuesta a las alegaciones del UER.	16
SEXTO.- Cuantificación de la sanción	17
SÉPTIMO.- Terminación del procedimiento y reducción de la sanción	18
RESUELVE	19

I. ANTECEDENTES

PRIMERO.- Periodo de información y actuaciones previas

Tras tener conocimiento de la posible emisión de comunicaciones comerciales en diversos contenidos publicados por el Usuario de Especial Relevancia (en adelante, UER) IBAI LLANOS GARATEA, con marca comercial IBAI LLANOS en su perfil de la plataforma de intercambio de vídeos “X”, en los que se promocionaría una marca de bebidas sin la debida identificación de su carácter publicitario, en el marco de la presentación de artistas del evento “La Velada”, esta Comisión consideró necesario analizar con mayor detalle las circunstancias del caso.

En particular, se estimó que los hechos podrían indiciariamente resultar contrarios a lo dispuesto en los artículos 121.3, 122.3 y 129.3 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (en adelante, LGCA). A la vista de lo anterior, con el fin de verificar los hechos denunciados y determinar la posible existencia de infracciones en materia de comunicaciones comerciales audiovisuales, se procedió a la apertura de un periodo de información previa (folios 47 a 61), al amparo de lo dispuesto en el artículo 55 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas (en adelante, LPAC), tramitado bajo número de referencia IFPA/DTSA/078/25.

En el marco de dichas actuaciones, se constató que el usuario denunciado se encuentra inscrito en 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, dependiente del Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, como UER.

SEGUNDO.- Incoación del procedimiento sancionador

Mediante acuerdo de la Sala de Supervisión Regulatoria, de fecha 19 de febrero de 2026, se acordó la incoación de expediente sancionador, con referencia SNC/DTSA/007/26, al Usuario de Especial Relevancia IBAI LLANOS por los indicios de incumplimiento en un período ininterrumpido de un mes de lo dispuesto en el artículo 94 de la LGCA, cuyos hechos están tipificados como infracciones administrativas graves en el artículo 158.31 de la citada Ley (folios 5 a 14).

En el mismo acto se requirió al UER, para que aportase los ingresos obtenidos por el servicio correspondientes al servicio “@IbaiLlanos” en la plataforma “X”, en el mercado audiovisual español durante el ejercicio 2024 a los efectos de la aplicación de lo previsto en el artículo 160.4 de la LGCA..

El acuerdo de incoación fue notificado el día 20 de febrero de 2026 (folios 15 a 17).

TERCERO.- Requerimiento de información

Con fecha 3 de marzo de 2026 el UER presentó escrito de respuesta de los ingresos obtenidos por el servicio correspondientes al servicio “@IbaiLlanos” en la plataforma “X” (folios 18 a 20). Mediante escrito de la Directora de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual del 5 de marzo de 2026, se requirió al UER información adicional relativa a los ingresos aportados por el UER en su escrito anterior (folios 24 a 26). Dicho requerimiento se notificó el día 10 de marzo de 2026 (folios 27 a 28).

Con fecha 13 de marzo de 2026 el UER presentó solicitud de ampliación de plazo (folios 100 a 101), solicitud que fue contestada mediante escrito de fecha 16 de marzo de 2026 (folios 105 a 109). Con fecha 31 de marzo de 2026 el UER facilitó la información requerida (folios 102 a 125).

CUARTO.- Alegaciones al acuerdo de incoación

Con fecha 23 de marzo de 2025 se ha recibido en el Registro de la CNMC escrito del UER (folios 110 a 118) por el que se formulaban alegaciones que, en síntesis, fueron las siguientes:

- En relación con el fondo, el interesado sostiene la inexistencia de incumplimiento de las obligaciones previstas en la normativa audiovisual, en particular en lo relativo a la identificación de las comunicaciones comerciales. A este respecto, afirma que los contenidos analizados presentaban un carácter promocional evidente por su propio contexto y naturaleza, derivado del formato del evento y de la forma en que se integraban los elementos de marca, lo que, a su juicio, hacía innecesaria la inclusión de advertencias adicionales dirigidas al público sobre el carácter publicitario.
- En este sentido, el interesado considera que la obligación de identificación de las comunicaciones comerciales no tendría carácter absoluto, sino que debía observarse en atención a su finalidad de evitar la confusión del

público. Así, defiende que dicha obligación únicamente resultaría exigible en los supuestos en los que el carácter comercial del contenido no sea claramente reconocible por un destinatario medio normalmente informado y razonablemente atento. Considera que la eventual sanción supondría una interpretación extensiva del tipo infractor.

- El UER alega la ausencia de culpabilidad en su actuación, manifestando haber actuado de buena fe y con base en una interpretación razonable de la normativa aplicable.
- En virtud de todo lo anterior, el interesado solicita el archivo del expediente sancionador por inexistencia de infracción y, subsidiariamente, por ausencia de culpabilidad en su conducta.

QUINTO.- Propuesta de resolución

De conformidad con los artículos 82, 89 y 90 de la LPAC, con fecha 26 de marzo de 2026 se notificó al UER la propuesta de resolución del presente procedimiento sancionador (folios 129 a 153), otorgándose un plazo de 10 días para formular las alegaciones y presentar los documentos e informaciones que estimase pertinentes.

El órgano instructor ha propuesto lo siguiente:

“PRIMERO.- Que se declare al UER, [IBAI LLANOS GARATEA], responsable de la comisión de una infracción administrativa grave de carácter continuado, recogida en el artículo 158.31 de la LGCA, consistente en el incumplimiento en un período ininterrumpido de un mes de las obligaciones establecidas en el artículo 94 por no respetar las exigencias de la LGCA en materia de comunicaciones comerciales.

SEGUNDO.- Que se imponga al UER, [IBAI LLANOS GARATEA], una multa por un importe de 710,00 € (setecientos diez euros) por la infracción relativa a los contenidos de carácter comercial subidos al canal @ibaiLlanos en “X”, por la comisión de una infracción grave de las previstas en el artículo 158.31 de la LGCA”.

SEXTO.- Alegaciones a la propuesta de resolución y pago anticipado de la sanción

Con fecha 23 de abril de 2026, el UER remitió sus alegaciones a la propuesta de resolución (folio 156) por las que manifiesta su intención de proceder al pago voluntario de la sanción propuesta con renuncia a cualquier acción o recurso en vía administrativa y solicita la expedición del correspondiente Modelo de Ingresos no Tributarios, para acogerse a la reducción prevista en el artículo 85 de la LPAC relativa al pago anticipado de la sanción.

Con fecha 23 de abril le fue notificado el Modelo de Ingresos no Tributarios por el importe de la sanción propuesta reducida tras la aplicación del descuento por pronto pago previsto en el artículo 85 de la LPAC (folio 160 a 162).

Con fecha 24 de abril de 2026 tuvo entrada un escrito del UER por el que aportó justificante de haber abonado la sanción propuesta reducida en un 20% (folios 166 a 167).

SÉPTIMO.- Cierre de instrucción

Con fecha 6 de mayo de 2026 se llevó a cabo el cierre de la instrucción y se elevó al órgano competente para su resolución (folios 175 a 176).

II. HECHOS PROBADOS

Durante el periodo de información y actuaciones previas llevado a cabo bajo la referencia IFPA/DTSA/078/25, que se han incorporado al presente procedimiento, los servicios de esta Comisión han podido comprobar, en primer lugar, que las comunicaciones comerciales denunciadas fueron publicadas por el UER en la plataforma X.

En concreto, se trataría de cuatro videos, que constan en el expediente administrativo, en los que se presentan a participantes del evento “La Velada” apareciendo su nombre impreso en latas de la referida bebida:

- Primer Artista Velada del Año V: Myke Towers. Publicado el 9 de junio.



- Segundo Artista Velada del Año V: Grupo Frontera. Publicado el 11 de junio.



- Tercer Artista Velada del Año V: Los del Río. Publicado el 13 de junio.



- Cuarto Artista Velada del Año V: Eladio Carrión. Publicado el 16 de junio.



Los videos han sido retirados y no se encuentran disponibles en la plataforma “X”.

En segundo lugar, los contenidos denunciados habrían estado disponibles desde el 9 de junio de 2025 hasta, al menos, el 18 de julio de 2025.

Mediante escrito de 1 de agosto de 2025, durante la tramitación del periodo de información previa, el UER manifestó su voluntad plena de cumplimiento y su compromiso de poner los medios para evitar que estas situaciones se puedan volver a repetir en el futuro. Asimismo, se desprende que el incumplimiento se habría producido hasta el 18 de julio de 2025, fecha en la que se notificó el requerimiento de esta Comisión.

El servicio objeto de análisis en el que se habría producido la infracción es el canal “@IbaiLlanos” en la plataforma “X”.

Asimismo, se constata la identidad y responsabilidad editorial del titular de los referidos servicios: al UER [IBAI LLANOS GARATEA], con marca comercial IBAI LLANOS, que consta inscrito en el Registro Audiovisual¹ como Usuario de Especial Relevancia² establecido, en España y sometido a la normativa nacional y a la supervisión de esta Comisión.

III. FUNDAMENTOS JURÍDICOS

PRIMERO.- Habilitación competencial de la CNMC y normativa aplicable para resolver el presente procedimiento sancionador

El artículo 155.2 de la LGCA, relativo a los UER, en su apartado primero establece:

2. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisará y controlará el cumplimiento de lo previsto en esta ley, salvo lo relativo a títulos habilitantes, y ejercerá la potestad sancionadora, de conformidad con lo previsto en la [Ley 3/2013, de 4 de junio](#), respecto de los siguientes prestadores:

¹ Regulado en el 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.

² <https://teleco.digital.gob.es/RUECAConsultas/DetallePrestador?idprestador=252>

a) Prestadores del servicio de comunicación audiovisual y de prestadores del servicio de intercambio de vídeos a través de plataforma inscritos en el Registro estatal de conformidad con el artículo 39 de esta ley.

b) Prestadores del servicio de comunicación audiovisual televisivo lineal o a petición establecidos en otro Estado miembro de la Unión Europea que dirigen sus servicios a España, de conformidad con lo previsto en la sección 3.ª del capítulo III del título VI de esta ley.

c) Prestadores del servicio de comunicación audiovisual cuya emisión sobrepase voluntaria y deliberadamente los límites territoriales autonómicos.

d) Otros agentes que operan en el mercado audiovisual y tengan obligaciones de acuerdo con lo previsto en esta ley.

El artículo 29.1 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la CNMC (LCNMC) señala que esta Comisión ejercerá la potestad de inspección y sanción de acuerdo con lo previsto, entre otros, en el Título VI de la LGCA.

Según el artículo 29.2 de la LCNMC, para el ejercicio de la potestad sancionadora, se garantizará la debida separación funcional entre la fase instructora, que corresponderá al personal de la dirección correspondiente en virtud de la materia, y la resolutoria, que corresponderá al Consejo. En consecuencia, la instrucción de los procedimientos sancionadores, de acuerdo con lo previsto en los artículos 25.1.b) de la LCNMC y 18.1 y 21.b) y 22 del Real Decreto 657/2013, de 30 de agosto, por el que se aprueba el Estatuto Orgánico de la CNMC (EOCNMC), corresponde a la Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual, siendo competente para resolver la Sala de Supervisión regulatoria del Consejo de la CNMC, tal y como prevé el artículo 14.1.b) de su Estatuto Orgánico y los artículos 27 y 29.1 de la LCNMC.

Asimismo, resultan de aplicación al presente procedimiento la LGCA, la LPCA, la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, la LCNMC y el EOCNMC.

SEGUNDO.- Objeto del procedimiento sancionador

El objeto del presente procedimiento sancionador consiste en determinar si en los cuatro videos descritos en el apartado de hechos probados en los que se presentan a participantes del evento “La Velada” apareciendo su nombre impreso en latas de la referida bebida el UER infringió el régimen contenido en el artículo 94.1 de la LGCA, en particular en lo relativo a la norma prevista en el artículo 121.3 de la LGCA, según la cual las comunicaciones comerciales

audiovisuales deben estar claramente diferenciadas del contenido editorial mediante mecanismos ópticos y/o acústicos y/o espaciales.

TERCERO.- Tipificación de los hechos probados

La Directiva 2010/13/UE de servicios de comunicación audiovisual en su versión dada por la Directiva 2018/1808 (en adelante, DSCA), establece en su considerando cuarto que:

“Los canales o cualquier otro servicio audiovisual que estén bajo la responsabilidad editorial de un prestador pueden constituir servicios de comunicación audiovisual en sí mismos, aunque se ofrezcan a través de una plataforma de intercambio de vídeos.”

Asimismo, el considerando cuadragésimo sexto de la DSCA dispone lo siguiente en relación con las normas aplicables a las comunicaciones comerciales audiovisuales.

“Puesto que los usuarios recurren cada vez más a las plataformas de intercambio de vídeos para acceder a contenidos audiovisuales, es necesario garantizar un nivel suficiente de protección de los consumidores armonizando las normas sobre comunicaciones comerciales audiovisuales en su justa medida entre todos los prestadores. Por consiguiente, es importante que las comunicaciones comerciales audiovisuales en las plataformas de intercambio de vídeos estén claramente identificadas y respeten una serie de requisitos cualitativos básicos.”

En esta misma línea se pronuncia la LGCA en su preámbulo, al justificar la adopción de ciertas normas aplicables a los usuarios de especial relevancia que operan en plataformas de intercambio de vídeos:

“Asimismo, se incluye en este Título una previsión para los usuarios de especial relevancia que empleen servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma. Estos servicios que, en muchos ámbitos, son agrupados bajo el concepto de «vloggers», «influencers» o «prescriptores de opinión», gozan de relevancia en el mercado audiovisual desde el punto de vista de la inversión publicitaria y del consumo, especialmente, entre el público más joven. La irrupción y consolidación de estos nuevos agentes requiere de un marco jurídico que refleje el progreso del mercado y que permita lograr un equilibrio entre el acceso a estos servicios, la protección del consumidor y la competencia. [...]”

El desarrollo aún incipiente de estos servicios aconseja el establecimiento de una serie de obligaciones básicas relativas a los principios generales de la comunicación audiovisual, a la protección del menor, a la protección del consumidor y a su inscripción en el Registro”.

Habida cuenta del considerable impacto social y económico que *marketing de influencers* tiene en la actualidad, el legislador estatal ha intervenido de modo que estos usuarios de especial relevancia deban observar ciertas normas relativas a las comunicaciones comerciales audiovisuales que emitan en las plataformas de intercambio de vídeos. Estas normas se orientan, en parte, a frenar el encubrimiento de la naturaleza publicitaria de los contenidos digitales, en la medida en que tal encubrimiento pueda inducir a error al público acerca de la auténtica condición de comunicación comercial de estos contenidos.

El artículo 94.1 de la LGCA recoge cuáles son las concretas obligaciones que deben observar los UER:

“Los usuarios de especial relevancia que empleen servicios de intercambio de vídeos a través de plataforma se considerarán prestadores del servicio de comunicación audiovisual a los efectos del cumplimiento de los principios del título I conforme a lo establecido en el artículo 86 y de las obligaciones para la protección de los menores conforme a lo establecido en los apartados 1 y 4 del artículo 99. Asimismo, tales usuarios deberán respetar lo dispuesto en las secciones 1.ª y 2.ª del capítulo IV del título VI cuando comercialicen, vendan u organicen las comunicaciones comerciales que acompañen o se inserten en sus contenidos audiovisuales.”

Por tanto, el UER, de conformidad con lo señalado en el artículo 94 de la LGCA, debe dar cumplimiento, en el ámbito de las comunicaciones comerciales, a lo estipulado en la Sección 1ª y 2ª del Capítulo IV del título VI cuando comercialicen, vendan u organicen las comunicaciones comerciales que acompañen o se inserten en sus contenidos audiovisuales.

La antedicha Sección 1ª del Capítulo IV de la LGCA (artículos 121 a 125) recoge los elementos básicos que deben cumplir los prestadores a la hora de realizar comunicaciones comerciales, así como aquellas promociones que por su contenido, naturaleza o formato están sometidas a restricciones más fuertes o, directamente, están prohibidas, como la publicidad del tabaco.

Dentro de estos artículos cobra especial relevancia el artículo 121, relativo al derecho a emitir comunicaciones comerciales³, cuyo apartado 3 establece que

³ El apartado primero de este artículo define el concepto de comunicación comercial. Por su parte su apartado 2º, determina el derecho de los prestadores a emitir este tipo de comunicaciones de

“Las comunicaciones comerciales audiovisuales deben estar claramente diferenciadas del contenido editorial mediante mecanismos ópticos y/o acústicos y/o espaciales.”

La necesaria diferenciación e identificación entre comunicación comercial y contenido es un aspecto capital de la regulación sectorial audiovisual y general de la publicidad⁴, que tiene como objetivo asegurar que el espectador es plenamente consciente de que está siendo impactado o se le está promocionando un producto o servicio.

De cara a garantizar la transparencia en la diferenciación entre contenido y comunicación comercial, la regulación audiovisual ha limitado tradicionalmente la exposición de estas últimas a bloques separados del contenido y/o en las pausas naturales de los mismos. No obstante, el desarrollo tecnológico, que permite nuevas formas de publicidad, y las nuevas necesidades del sector han justificado una cierta flexibilidad en estos extremos consintiendo algunos tipos de comunicaciones comerciales dentro del contenido⁵, pero siempre, avisando de forma suficientemente clara al espectador de la efectiva presencia de la comunicación comercial. Así pues, en todo caso, las comunicaciones comerciales han de ser fácilmente reconocibles y diferenciables.

Especialmente importante es que dicha identificación, cuando la promoción de productos o servicios se realiza dentro del contenido audiovisual, sea clara para que el usuario final conozca que ese contenido con apariencia editorial en realidad de trata de una comunicación comercial.

En cuanto a la condición de comunicación comercial audiovisual del contenido conforme a la definición contenida en el artículo 121.3 de la LGCA, esta no se pone en duda por el UER, reconociendo este que la publicación *“presentaba un carácter promocional”*.

La comunicación comercial audiovisual consiste en la emisión durante los cuatro vídeos controvertidos de diferentes imágenes en primer plano de latas de una

conformidad con previsto en la LGCA, la Ley 34/1998, de 11 de noviembre, General de Publicidad y de conformidad con el resto de normativa sectorial.

⁴ Así se recoge en el artículo 9 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, que señala: *“Los medios de difusión deslindarán perceptiblemente las afirmaciones efectuadas dentro de su función informativa de las que hagan como simples vehículos de publicidad. Los anunciantes deberán asimismo desvelar inequívocamente el carácter publicitario de sus anuncios”*.

⁵ Este el caso del emplazamiento del producto, las telepromociones o de otro tipo de superposiciones o inserciones en el ámbito del contenido audiovisual.

marca de refrescos en las que aparecen impresos los nombres de los distintos artistas invitados que participan en el evento del UER.

En los vídeos objeto del presente expediente, los contenidos de entretenimiento propios del UER y la comunicación comercial se muestran de forma simultánea. Dicha inclusión en el contenido y la posible confusión que puede generar en el espectador es lo que pretende evitar la LGCA exigiendo en dichos casos, una clara diferenciación entre el contenido editorial y el promocional, diferenciación que en el presente caso resulta inexistente. En efecto, no se aprecia aviso o señalización que aparezca en un lugar visible e identificable sin ninguna acción ulterior del espectador y que permita, de forma clara, fácil y automática, el reconocimiento de la existencia de comunicaciones comerciales en el contenido, dentro del vídeo.

Cabe destacar que no se trata de una mera aparición incidental o en segundo plano del producto durante el transcurso del vídeo, sino que se le enfoca directamente, dando clara prominencia al producto que contiene el nombre del artista invitado en el momento en el que este es anunciado.

La emisión de contenidos de carácter comercial incumpliendo las obligaciones previstas en las secciones 1.^a y 2.^a del capítulo IV del título VI cuando comercialicen, vendan u organicen las comunicaciones comerciales que acompañen o se inserten en sus contenidos audiovisuales contraviene lo dispuesto en el artículo 94.1 de la LGCA.

En particular el artículo 121.3 de la LGCA, inserto en la referida sección 1.^a del citado capítulo IV establece que:

“3. Las comunicaciones comerciales audiovisuales deben estar claramente diferenciadas del contenido editorial mediante mecanismos ópticos y/o acústicos y/o espaciales.

De igual forma, el artículo 122.3 de la LGCA establece la prohibición de emitir comunicaciones comerciales encubiertas:

“3. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual encubierta que, mediante la presentación verbal o visual, directa o indirecta, de bienes, servicios, nombres, marcas o actividades, tenga de manera intencionada un propósito publicitario y pueda inducir al público a error en cuanto a la naturaleza de dicha presentación”.

En consecuencia, teniendo en cuenta todo lo anterior, se aprecian indicios de un posible incumplimiento de lo dispuesto en el artículo 94 de la LGCA, al no haber dado, presuntamente, cumplimiento a las obligaciones exigibles en este artículo respecto a la emisión de comunicaciones comerciales, en esencia, al no diferenciar claramente las comunicaciones comerciales audiovisuales del

contenido editorial, lo que puede ser constitutivo de una infracción grave continuada del artículo 158.31 de la LGCA, conforme al cual:

“Artículo 158. Infracciones graves.

Son infracciones graves: (...)

31. El incumplimiento en un período ininterrumpido de un mes de las obligaciones establecidas en el artículo 94 por parte de los usuarios de especial relevancia.”

En conclusión, y con base en los hechos probados, se considera que el UER ha cometido una infracción grave de carácter continuado, tipificada en el artículo 158.31 de la LGCA.

CUARTO.- Responsabilidad en la comisión de la infracción

En aplicación de lo establecido en el artículo 156.1.d) de la LGCA, la responsabilidad de la infracción corresponde a IBAI LLANOS GARATEA, con marca comercial IBAI LLANOS, por ser el agente que opera en el mercado audiovisual (UER), que tiene obligaciones previstas en la misma según lo previsto por el artículo 94 de la LGCA. No se aprecian causas que permitan eximir de responsabilidad al UER.

De conformidad con la jurisprudencia recaída en materia de Derecho Administrativo Sancionador⁶, no se reconoce la responsabilidad objetiva en la comisión de una infracción, sino que se exige el elemento de la culpabilidad, lo que supone que la conducta antijurídica sea imputable a un sujeto pasivo responsable de dicha conducta.

El artículo 28.1 de la LRJSP dispone que *“sólo podrán ser sancionadas por hechos constitutivos de infracción administrativa las personas físicas y jurídicas, así como, cuando una Ley les reconozca capacidad de obrar, los grupos de afectados, las uniones y entidades sin personalidad jurídica y los patrimonios independientes o autónomos, que resulten responsables de los mismos a título de dolo o culpa.”*

En la presente infracción se aprecia negligencia o falta de cuidado que conduce al resultado del incumplimiento del artículo 158.31 de la LGCA, sin que haya quedado acreditada en el expediente sancionador la existencia de circunstancia alguna que le pueda eximir de dicha responsabilidad al UER.

⁶ Por todas, la STS de 22 de noviembre de 2004 (RJ 2005\20).

QUINTO.- Respuesta a las alegaciones del UER

Mediante escrito de fecha 23 de marzo de 2026, el UER formula alegaciones que se recogen a continuación y se sucintamente se les da respuesta:

- **El UER alega la inexistencia de incumplimiento de sus obligaciones en materia de comunicación audiovisual en conexión con el principio de tipicidad.**

En cuanto a la existencia de una obligación legal, hay que señalar que el UER, de conformidad con lo señalado en el artículo 94 de la LGCA, debe dar cumplimiento, en el ámbito de las comunicaciones comerciales, a lo estipulado en la Sección 1ª y 2ª del Capítulo IV del título VI cuando comercialicen, vendan u organicen las comunicaciones comerciales que acompañen o se inserten en sus contenidos audiovisuales.

La antedicha Sección 1ª del Capítulo IV de la LGCA (artículos 121 a 125) recoge los elementos básicos que deben cumplir los prestadores a la hora de realizar comunicaciones comerciales, así como aquellas promociones que por su contenido, naturaleza o formato están sometidas a restricciones más fuertes o, directamente, están prohibidas, como la publicidad del tabaco.

Dentro de estos artículos cobra especial relevancia el artículo 121, relativo al derecho a emitir comunicaciones comerciales, cuyo apartado 3 establece el denominado “principio de separación e identificación” entre comunicación comercial y contenido. Así recoge: *“Las comunicaciones comerciales audiovisuales deben estar claramente diferenciadas del contenido editorial mediante mecanismos ópticos y/o acústicos y/o espaciales.”*

Asimismo, cabe citar el artículo 122.3, que establece que *“3. Se prohíbe la comunicación comercial audiovisual encubierta que, mediante la presentación verbal o visual, directa o indirecta, de bienes, servicios, nombres, marcas o actividades, tenga de manera intencionada un propósito publicitario y pueda inducir al público a error en cuanto a la naturaleza de dicha presentación”*.

El UER sostiene que la exigencia de diferenciación de las comerciales audiovisuales debe interpretarse, no como un formalismo exigible en todos los casos, sino referida a aquellos supuestos en lo que se exige reforzar la transparencia porque el carácter publicitario del contenido no resulta objetivamente reconocible para sus destinatarios.

No obstante, en el presente caso resulta especialmente importante que dicha identificación, cuando la promoción de productos o servicios se realiza dentro del

contenido audiovisual, sea clara para que el usuario final conozca que ese contenido que parece editorial, en realidad, es una comunicación comercial.

De hecho, de un análisis del contenido, la manera en la que se incorporan los productos en el contenido no permite al consumidor medio distinguir el verdadero carácter comercial, dado que se introduce en el guion del vídeo, sirviéndose del producto para realizar el anuncio de las actuaciones de la velada. Dicha inclusión en el contenido y la posible confusión que puede generar en el espectador es lo que pretende evitar la LGCA exigiendo en dichos casos, una clara diferenciación entre el contenido editorial y el promocional.

- **El UER alega ausencia de culpabilidad en los hechos**

En cuanto a la falta de intencionalidad alegada, la exigencia del principio de culpabilidad en el ámbito del derecho administrativo sancionador ha sido señalada por la doctrina del Tribunal Constitucional. Asimismo, esta exigencia de culpabilidad se refleja en la jurisprudencia del Tribunal Supremo en los distintos ámbitos materiales en los que ha tenido ocasión de pronunciarse, descartando la responsabilidad objetiva.

Así, frente al dolo que supone una conducta intencionada, la culpa se refiere a la comisión de la infracción sin intencionalidad, sin que en el presente supuesto se pueda argumentar ninguna de las circunstancias que enervarían dicha culpabilidad como la fuerza mayor o la confianza legítima.

En el marco en el que tiene lugar la infracción, de carácter profesional y propio de una actividad económica, cabe exigir, así lo ha reiterado la doctrina del Tribunal Supremo⁷ el deber de conocer la normativa aplicable al sector y una diligencia y profesionalidad propias del sector. Sin que esa buena fe alegada sea suficiente para exonerar del cumplimiento de la obligación en cuestión.

SEXTO.- Cuantificación de la sanción

El UER en su escrito de 3 de marzo de 2026 indica que durante el ejercicio 2024 no ha obtenido ingresos de la plataforma “X” e interesa que se le informe de la propuesta de sanción económica a los efectos de poder ejercer sus derechos con plenas garantías. Extremo que reitera en su escrito de fecha 31 de marzo de

⁷ En este sentido, la STS de 5 de junio de 1998 y en términos similares, entre otras, la STS de 2 de mayo de 1999.

2026, si bien, formula una estimación de ingresos, que se ha tenido en cuenta para el cálculo de la multa.

Las contravenciones de las obligaciones y prohibiciones establecidas en el artículo 94 de la LGCA, se consideran infracciones graves conforme a lo dispuesto en el artículo 158.31 de la LGCA.

En la graduación de las sanciones a imponer se han tenido en cuenta los criterios legales que a tal efecto establecen los artículos 29 de la LRJSP y 166 de la LGCA y, en consecuencia, se propone como sanción, la imposición de una multa por importe total de **710,00 €** (setecientos diez euros) por la infracción relativa al contenido en el canal “@lbaiLlanos” en la plataforma “X”, **por vulneración de lo dispuesto en el artículo 94 de la LGCA en relación con las obligaciones establecidas en la LGCA sobre comunicaciones comerciales para estos agentes.**

Para el cálculo de la sanción se han tomado como referencia los ingresos declarados por el UER y se ha tenido en cuenta el escaso impacto en la audiencia, el cese de la conducta infractora con anterioridad a la tramitación del procedimiento sancionador, la subsanación inmediata del incumplimiento infractor y el grado de culpabilidad.

SÉPTIMO.- Terminación del procedimiento y reducción de la sanción

En la Propuesta de Resolución mencionada en el Antecedente de Hecho QUINTO, se proponía la imposición al UER de una multa por importe de **710,00 €** (setecientos diez euros) por la comisión de una infracción grave de carácter continuado prevista en el artículo 158.31 de la LGCA.

En la misma Propuesta de Resolución se aludía al hecho de que el UER, como responsable de la infracción, podía reconocer voluntariamente su responsabilidad en los términos establecidos en el artículo 85 y pagar anticipadamente la sanción propuesta. El UER ha pagado anticipadamente la sanción sin reconocer expresamente su responsabilidad, tal y como consta en el Antecedente de Hecho SEXTO.

De acuerdo con el apartado 2 del artículo 85 de la LPAC, teniendo la sanción únicamente carácter pecuniario, el presunto infractor puede realizar el pago voluntario de las mismas en cualquier momento anterior a la resolución. El pago voluntario conlleva la aplicación de una reducción del 20% sobre el importe total de la sanción propuesta (artículo 85 de la LPAC, apartado 3). Asimismo, este tercer precepto del artículo 85 de la LPAC condiciona la efectividad de ambas

reducciones a la renuncia a la interposición de cualquier acción o recurso ulteriores en vía administrativa.

Así, la reducción antes señalada conlleva una reducción del 20% sobre el importe de la sanción, disminuyéndose su cuantía hasta los 568 euros (quinientos sesenta y ocho).

En este sentido, y como consta en el Antecedente de Hecho SEXTO, con fecha 24 de abril de 2026 tuvo entrada un escrito del UER por el que aportó justificante de haber abonado la sanción propuesta reducida en un 20% en aplicación de lo dispuesto en el artículo 85.2 de la LPAC. Asimismo, aporta carta de pago (modelo 069) y justificante de pago.

Tal y como se expone en el mismo Antecedente de Hecho SEXTO, al haberse realizado el ingreso anticipado del importe de la sanción propuesta, según se indicaba en la Propuesta de Resolución, ello determina la aplicación de la reducción antes señalada en la cuantía de la multa, y asimismo implica la terminación del procedimiento, habiéndose efectuado también la renuncia a la interposición de cualquier acción o recurso ulteriores en vía administrativa según exige el apartado 3 del mismo artículo 85 de la LPAC.

Vistos los preceptos citados y los demás de general aplicación, la Sala de Supervisión Regulatoria del Consejo de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, como órgano competente para resolver el presente procedimiento sancionador

RESUELVE

PRIMERO.- Declarar la terminación del procedimiento sancionador, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 85 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, en los términos de la Propuesta de Resolución a la que se refiere el Antecedente de Hecho QUINTO, en la que se considera acreditada la responsabilidad infractora de la conducta tipificada como grave por el artículo 158 apartado 31 de la Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual en relación con lo establecido en el artículo 94 de la misma norma, y se impone una sanción pecuniaria a IBAI LLANOS GARATEA, por un total de **710,00 €** (setecientos diez euros).

SEGUNDO.- Aprobar una reducción del 20% sobre el importe de la anteriormente citada sanción por importe total de 142 € (ciento cuarenta y dos euros), establecidas en el artículo 85, apartado 2, de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas; minorándose la suma de la sanción a la cuantía final de hasta los 568 euros (quinientos sesenta y ocho), que ya ha sido abonada por IBAI LLANOS GARATEA, según consta en el Antecedente de Hecho SEXTO.

TERCERO.- Declarar que la efectividad de las reducciones de las sanciones queda condicionada en todo caso al desistimiento o renuncia de cualquier acción o recurso en vía administrativa contra las mismas, de acuerdo con lo establecido en el artículo 85, apartado 3, de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común.

Comuníquese esta resolución a la Dirección de Telecomunicaciones y el Sector Audiovisual y notifíquese al interesado, haciéndole saber que contra la misma no cabe recurso alguno en vía administrativa, pudiendo interponer recurso contencioso-administrativo en la Audiencia Nacional, en el plazo de dos meses a contar desde el día siguiente al de su notificación.

VOTO PARTICULAR QUE FORMULA EL CONSEJERO DON CARLOS AGUILAR PAREDES A LA RESOLUCIÓN RESOLUCIÓN SNC/DTSA/007/26 DEL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR INCOADO AL USUARIO DE ESPECIAL RELEVANCIA USUARIO DE ESPECIAL RELEVANCIA CON MARCA COMERCIAL “IBAI” POR EL INCUMPLIMIENTO DE LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 94 DE LA LEY 13/2022

- (1) En el ejercicio de la facultad que me confiere el artículo 11.3 del Reglamento de funcionamiento interno de la CNMC, y con el máximo respeto a la opinión de la mayoría de la Sala de Supervisión Regulatoria de la CNMC, formulo el presente voto particular.
- (2) Su objeto es poner de manifiesto las discrepancias de este consejero respecto a las siguientes decisiones tomadas en la instrucción y la resolución del expediente:
 - la consideración la infracción como grave,
 - la consideración de servicio de comunicación audiovisual establecida en la resolución,
 - la cuantía de los ingresos considerados en el expediente para establecer el tramo de ingresos que fija la sanción máxima posible y
 - la determinación del importe final de la sanción por las infracciones graves declaradas.

Antecedentes

- (3) En el presente expediente administrativo, los hechos se originan a partir de la difusión por parte del usuario de especial relevancia IBAI LLANOS GARATEA de diversos contenidos audiovisuales en su canal “@IbaiLlanos” en la plataforma de intercambio de vídeos “X”. Dichos contenidos consistían en cuatro vídeos publicados en junio de 2025 en el contexto del evento “La Velada”, en los que se integraban elementos promocionales de una marca de bebidas mediante la aparición destacada de latas personalizadas con los nombres de artistas participantes. Tales contenidos permanecieron accesibles hasta julio de 2025, sin que incorporasen indicación expresa alguna que permitiera identificar de forma clara su carácter de comunicación comercial.
- (4) El servicio de comunicación audiovisual infractor quedó determinado como el canal “@IbaiLlanos” en la citada plataforma “X”, del que es titular el expedientado, quien ostenta la condición de usuario de especial relevancia

inscrito en el correspondiente registro estatal. En esta condición, el sujeto resultaba obligado al cumplimiento de las disposiciones previstas en el artículo 94 de la Ley 13/2022, en particular en lo relativo a la obligación de diferenciar de manera efectiva las comunicaciones comerciales del contenido editorial en el que se insertan.

- (5) En relación con los ingresos asociados al servicio, el propio interesado manifestó inicialmente no haber obtenido ingresos procedentes de la plataforma durante el ejercicio 2024, si bien posteriormente aportó una estimación de estos, que fue considerada por la autoridad administrativa a efectos de determinación de la sanción. Esta circunstancia fue valorada en el marco del principio de proporcionalidad, atendiendo a la dimensión económica de la actividad desarrollada.
- (6) Desde el punto de vista jurídico, la autoridad sancionadora apreció que los contenidos analizados constituirían comunicaciones comerciales audiovisuales encubiertas, al integrarse la promoción dentro del desarrollo narrativo de los vídeos sin mecanismos de identificación adecuados. En particular, se consideró que la presentación visual prominente del producto, unida a su inserción en el guion del contenido, podía inducir a error al espectador medio sobre la naturaleza publicitaria del mensaje, vulnerando así las exigencias de claridad y separación establecidas en la normativa audiovisual.
- (7) Como consecuencia de lo anterior, la conducta fue calificada como una infracción administrativa grave de carácter continuado, tipificada en el artículo 158.31 de la Ley General de Comunicación Audiovisual, por incumplimiento de las obligaciones del artículo 94 de dicha norma. Asimismo, se apreció la concurrencia de culpabilidad en forma de negligencia, al entenderse que el expedientado no actuó con la diligencia exigible para garantizar el cumplimiento de la normativa aplicable en el ejercicio de su actividad profesional.
- (8) Finalmente, la sanción impuesta consistió en una multa de 710 euros, determinada con base en los criterios legales de graduación de las sanciones, tales como la escasa repercusión de los contenidos, la retirada de los mismos y la situación económica del infractor. No obstante, al haberse efectuado el pago voluntario con anterioridad a la resolución definitiva, se aplicó la reducción del 20% prevista en el artículo 85 de la Ley 39/2015, quedando fijado el importe final en 568 euros, con la consiguiente terminación del procedimiento administrativo, sin que resulte firme al no haber reconocido el UER la responsabilidad de la infracción.

Respecto a la consideración la infracción como grave

- (9) La instrucción establece que la infracción debe ser considerada como grave al haber estado el contenido infractor disponible si advertir su carácter publicitario durante más de un mes.
- (10) El expediente se considera que la conducta infractora se inicia con la subida de los vídeos (9, 11, 13 y 16 de junio de 2025) y se prolonga hasta el momento en que dejan de estar accesibles, fijándose como fecha final, al menos, el 18 de julio de 2025, cuando se produce su retirada tras la actuación de la Administración. Es decir para alguno de los contenidos el tiempo transcurrido fue de solo 32 días.
- (11) Este cómputo responde a que la infracción en materia de comunicaciones comerciales audiovisuales tiene carácter continuado o permanente, ya que no se agota en el acto de publicación, sino que se mantiene mientras el contenido sigue disponible para su visionado y continúa produciendo efectos sobre los usuarios.
- (12) Este criterio permite, además, encuadrar la conducta en el tipo previsto en el artículo 158.31 de la LGCA, que exige el incumplimiento “en un período ininterrumpido de un mes”. Por ello, la Administración verifica que entre la fecha de publicación y la retirada transcurre un plazo superior a dicho umbral temporal, lo que justifica la calificación como infracción grave continuada.
- (13) Sin embargo, no constan en el expediente administrativo elementos de acreditación de las fechas referidas por la denuncia por un lado en cuanto a su subida ni en cuanto a la fecha de retirada de los contenidos, que se estima mediante la fecha de comunicación del UER de su retirada.
- (14) Atendiendo a la seguridad jurídica, en ausencia de la acreditación por parte de la administración sancionar del intervalo de tiempo transcurrido en el que el contenido publicitario infractor estuvo a disposición del público debería haberse aplicado un criterio restrictivo pro administrado y considerar que no resultada acreditada la duración durante un mes ininterrumpido de la presencia pública de los contenidos infractores.
- (15) Por esa razón, a juicio de este Consejero debería haberse incoado un procedimiento sancionador por una presunta infracción leve y no grave.

Determinación del servicio de comunicación audiovisual infractor.

- (16) Este consejero reitera las consideraciones realizadas en su voto particular al expediente SNC/DTSA/107/25.

- (17) La resolución considera que el servicio infractor es el canal de X del UER. Sin embargo, carece la resolución de ninguna justificación ni análisis de la actividad editorial del UER para establecer cuál o cuáles son los servicios de comunicación que presta.
- (18) En este caso, al contrario de lo realizado en el caso del UER Natcher, se da por buena la declaración de servicio como el canal “@IbaiLlanos” en la plataforma “X”, al coincidir con la interpretación de la instrucción.
- (19) La actividad principal del UER se desarrolla en su canal de la plataforma Twitch¹. En ella se enlazan sus canales en otras plataformas. Resulta por tanto imprescindible determinar si el contenido editorial en las diferentes plataformas puede considerarse independiente hasta el punto de que resulten servicios de comunicación audiovisual diferenciados. Este análisis no ha sido realizado por la instrucción.

Sobre la cuantía final de la sanción.

- (20) La base de cuantificación de los ingresos asociados al servicio infractor debe ajustarse una vez determinado correctamente el servicio de comunicación.
- (21) En este caso el expediente considera solo los ingresos del “servicio” establecido por la Instrucción que son inferiores a 70.000 euros, sin que conste en el expediente acreditación ni verificación de esta cantidad.
- (22) En estos casos, la sanción máxima correspondiente a la infracción calificada como una infracción administrativa grave de carácter continuado, tipificada en el artículo 158.31 de la Ley General de Comunicación Audiovisual sería de 30.000 euros.
- (23) Pese a esta cantidad máxima de la infracción la resolución la rebaja hasta la irrisoria cantidad de 700 euros, sin que haya explicación alguna sobre cómo se obtiene dicha cantidad, ni se justifique para un UER con ingresos millonarios y millones de visualizaciones de los contenidos que crea y distribuye, cómo esa cantidad puede resultar proporcionada a la infracción y disuasoria.

Conclusiones

- (24) Expuestos los argumentos anteriores, este Consejero discrepa de la resolución aprobada por las siguientes razones:

Primero. **Sobre la consideración del servicio de comunicación audiovisual.** A juicio de este Consejero, de establecer con claridad cuál es

¹ <https://www.twitch.tv/ibai>

el servicio de comunicación audiovisual prestado por el UER Ibai Llanos, sin que se pueda asumir a priori como realiza la resolución que cada canal o plataforma constituyen un servicio de comunicación audiovisual independiente.

Segundo. **Sobre la determinación de los ingresos del servicio a efectos del artículo 160.4 de la LGCA.** La cuantía económica que debe considerarse para fijar el tramo sancionador aplicable es la correspondiente a la totalidad de los ingresos obtenidos en el territorio nacional durante el ejercicio 2024 por la actividad del servicio de comunicación audiovisual del UER. En ausencia de el establecimiento adecuado de este los recogidos como perteneciente a cada servicio, son inferiores a los que debieran considerarse.

Tercero. **Sobre la proporcionalidad y el efecto disuasorio de la sanción.** No existe justificación suficiente para reducir de manera tan drástica la sanción desde el máximo legal permitido de 30.000 euros hasta importes inferiores a 1.000 euros por cada una de las infracciones graves declaradas. Tal reducción vacía de contenido el principio de proporcionalidad.

Cuarto. **Sobre consideración de infracción como grave.** La inflación debería haber sido considerada como leve y no grave al no resultar acreditado en el expediente la duración superior a un mes de la misma.

A este efecto emito mi voto particular