

Número 16

6 a 12 de octubre de 2025

BOLETÍN SEMANAL DEL DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS DEL CNTV PARA ESTAR AL DÍA CON LO QUE OCURRE EN EL MUNDO DE LOS MEDIOS Y LA REGULACIÓN.

ANATEL -Brasil- da un giro hacia la desregulación

La Agencia de Telecomunicaciones de Brasil, ANATEL publicó su nueva revisión de mercados relevantes en 2025 y tomó varias decisiones que marcan un giro hacia la desregulación. Se anunciaron cambios sustanciales en el régimen regulatorio que afecta a los principales operadores de telecomunicaciones: Algar, Claro, Ligga, Oi, Telefónica y TIM.

El mayor ajuste se dio en el mercado de *roaming* nacional, donde ANATEL amplió las condiciones que deben incluir las ofertas. Estas deberán incorporar servicios de *roaming* para dispositivos del internet de las cosas -IoT-, facturados sólo por consumo efectivo hasta 2027, y extender la posibilidad de acceso a operadores regionales hasta 2030.

La agencia, además, suspendió temporalmente varias obligaciones regulatorias para los proveedores de TV de pago, especialmente en materia de protección al consumidor y calidad de servicio, con el fin de reducir las asimetrías frente a las plataformas de video bajo demanda -VoD-.

El organismo argumentó que las obligaciones más laxas que actualmente tienen los servicios digitales distorsionan la competencia e inhiben la inversión en infraestructura y contenido nacional. La **Asociación Brasileña de TV por Suscripción -ABTA- celebró la medida por "corregir desigualdades con otros servicios de distribución de video"**.

Cabe señalar que este tema constituye una disputa regulatoria en todos los países del mundo: mientras que las inversiones en infraestructura fueron financiadas por las empresas de telecomunicaciones, son las OTT las principales usuarias de dicha infraestructura, sin haber invertido en su desarrollo.

Comisión Europea publica orientación sobre la nueva regulación de la publicidad política

A sólo dos días de la entrada en vigor del nuevo Reglamento sobre Publicidad Política, la Comisión Europea publicó el 8 de octubre de 2025 una guía interpretativa para su aplicación.

Habrà dos portales web: uno con las fechas de elecciones en la Unión Europea y otro con los registros nacionales de representantes legales de proveedores no comunitarios de propaganda política.

La norma prohíbe el patrocinio de anuncios políticos desde fuera de la UE durante los tres meses previos a una elección o referéndum.

Las publicaciones "orgánicas" -es decir, hechas por usuarios interesados- no se consideran propaganda política, a menos que hayan sido pagadas. Con todo, pueden ser denunciadas y se someterán a fiscalización. Los *influencers* deberán regirse por las mismas normas.

La publicación de la guía, forma parte de un esfuerzo más amplio de la UE por reforzar la supervisión de la propaganda de cara a las elecciones europeas de 2026. Meta y Google habían anunciado anteriormente la suspensión de toda propaganda política, alegando incertidumbre jurídica sobre los efectos jurídicos de su publicación.

A futuro, la Comisión creará un **repositorio público de todos los anuncios políticos en línea dirigidos a ciudadanos europeos, que estará disponible a partir de abril de 2026. Los editores estarán obligados a subir sus anuncios a esta plataforma en un plazo máximo de 72 horas desde su publicación y conservar la información durante siete años.**

Las plataformas y motores de búsqueda de gran tamaño -VLOP-, que ya gestionan repositorios de anuncios bajo la DSA, deberán integrar también los datos relativos a publicidad política.