

Sentencia del TJUE sobre la consideración como “autopromoción” de los anuncios sobre emisiones radiofónicas a efectos del cómputo publicitario

Los anuncios promocionales de programas de radio emitidos en canales de televisión del mismo grupo de empresas no son, en principio, anuncios en relación con los propios programas de esos canales de televisión, a efectos del cómputo del límite horario, salvo que los programas a los que se refieren esos anuncios pueden disociarse de la actividad principal de la cadena de radio y el organismo de radiodifusión televisiva asuma la responsabilidad editorial de dichos programas.

Así lo establece una sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (asunto C-255/21 | Reti Televisive Italiane)¹ a partir de la cuestión planteada por el Consejo de Estado italiano, en relación con a un recurso de RTI por las sanciones recibidas de la autoridad audiovisual del país.

Reti Televisive Italiane SpA (RTI), sociedad italiana de comunicación audiovisual propietaria de los canales de televisión Canale 5, Italia 1 y Rete 4 fue sancionada en 2017 por la Autoridad para la Garantía de las Comunicaciones italiana (AGCOM) por infringir la normativa que establece un límite al tiempo de emisión horaria de publicidad televisiva.

Para realizar el cálculo, la AGCOM tuvo en cuenta los mensajes promocionales emitidos en televisión referidos a la emisora de radio R101, la cual, al igual que RTI, forma parte del grupo de sociedades Mediaset considerándolos anuncios. RTI, sin embargo, alegó que se trataba de autopromociones y, consecuentemente, deberían quedar excluidos del tiempo de emisión horaria de publicidad televisiva general, recurriendo la sanción.

En su pregunta al TJUE, el Consejo pide pronunciamiento del Tribunal sobre si el concepto de «anuncios realizados por la televisión» en relación con sus propios programas —cuyo tiempo de emisión se excluye del cálculo del 20 % que corresponde a los anuncios de publicidad televisiva— comprende también los anuncios promocionales emitidos por la cadena de televisión en referencia a una cadena de radio cuando ambas pertenecen al mismo grupo de sociedades.

¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A62021CJ0255>

Mediante su sentencia, el Tribunal de Justicia responde que:

Los servicios de radiodifusión radiofónica, consistentes en emisiones de contenido sonoro y sin imágenes, son diferentes de los programas audiovisuales ofrecidos por un organismo de radiodifusión televisiva, por lo que no están incluidos en el concepto de "programas".

Existe una excepción a ese principio general cuando los espacios radiofónicos pueden disociarse de la actividad principal de la emisora de radio y calificarse, por consiguiente, de «servicios de comunicación audiovisual».

En la medida en que las normas sobre el tiempo máximo de emisión de publicidad por hora de reloj persiguen objetivos diferentes de los perseguidos por las normas de competencia, el criterio que ha de tenerse en cuenta para entender la expresión «propios programas» es el de la responsabilidad editorial de los programas en cuestión, y no el de la pertenencia de los dos organismos de radiodifusión al mismo grupo.

Es decir, para que puedan considerarse «programas propios» del organismo de radiodifusión televisiva, ese organismo ha de asumir, además, su responsabilidad editorial, es decir, control efectivo tanto sobre la selección de los programas como sobre su organización por una persona o entidad que tiene la capacidad de decidir, en última instancia, sobre la oferta audiovisual.