

<i>Prólogo</i>	7
<i>Presentación</i>	23

PRIMERA PARTE

EL DERECHO HUMANO A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y A LA INFORMACIÓN

CAPÍTULO 1. Reconocimiento constitucional de los derechos a la libertad de expresión y a la información	29
1. Art. 20 de la Constitución Española de 1978. El reconocimiento constitucional de los derechos a libertad de expresión y a la información.....	29
1.1. <i>El reconocimiento de los derechos a la libertad de expresión y a la información</i>	30
1.2. <i>Referencias constitucionales del artículo 20</i>	31
2. Los derechos a la libertad de expresión y a la información en la jurisprudencia del Tribunal Constitucional.....	33
2.1. <i>La distinción entre la libertad de expresión y el derecho a la información</i>	33
2.2. <i>La ponderación de derechos en conflicto</i>	36
2.3. <i>La tesis del «Reportaje neutral» en materia de derecho a la información</i>	40
3. ¿Qué significa «información veraz» como objeto del derecho a la información?.....	42
3.1. <i>Los términos «verdad» y «veraz»</i>	42
3.2. <i>De la realidad noticable al relato periodístico: un doble examen de la veracidad</i>	43
3.3. <i>La clave interpretativa de la «diligencia profesional del periodista»</i>	44
3.4. <i>Un apunte valorativo</i>	46

CAPÍTULO 2. Libertad de expresión y derecho a la información en el Convenio Europeo de Derechos del Hombre y en la jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos	49
1. La libertad de expresión y el derecho a la información en el Convenio Europeo de Derechos Humanos (1950)	49
2. Jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos sobre la libertad de expresión y el derecho a la información	51
2.1. <i>Algunas resoluciones de referencia del Tribunal Europeo de Derechos del Hombre</i>	52
2.1.1. <i>Handyside v. Reino Unido (1976): libertad de expresión y el derecho a la especial protección de la infancia y la juventud...</i>	52
2.1.2. <i>Sunday Times v. Reino Unido (1979): el derecho a la información y el derecho a la libre administración de justicia...</i>	53
2.1.3. <i>Lingens v. Austria (1986): el derecho a la información y el derecho al honor de los políticos</i>	53
2.1.4. <i>Observer y Guardian v. Reino Unido (1991): derecho a la información y seguridad nacional</i>	54
2.1.5. <i>Jersild v. Dinamarca (1994): derecho a la información y xenofobia</i>	55
2.1.6. <i>Cumpana y Mazare v. Rumania (2004): el efecto disuasorio de algunas condenas contra periodistas</i>	55
2.2. <i>Criterios establecidos por el Tribunal Europeo acerca de la libertad de expresión y el derecho a la información</i>	58
2.2.1. <i>Sobre las interferencias en el ejercicio de la libertad de expresión y del derecho a información y las sanciones</i>	58
2.2.2. <i>Sobre el Periodismo y la protección de las fuentes</i>	58
2.2.3. <i>Sobre el derecho al honor de los políticos y el derecho de crítica</i>	59
2.2.4. <i>Sobre el derecho a la vida privada de personajes públicos</i>	60
2.2.5. <i>Sobre los juicios paralelos en los medios de comunicación</i>	61
2.2.6. <i>Sobre la libertad de expresión y el respeto a los sentimientos religiosos</i>	61
2.3. <i>La creciente influencia del Tribunal Europeo en materia de libertad de expresión y derecho a la información</i>	62
CAPÍTULO 3. Derecho de rectificación y libertad de expresión	65
1. El derecho de rectificación. Planteamiento general	65
2. Precedentes del derecho de rectificación	65
2.1. <i>Francia: la primera ley de rectificación (1822)</i>	65
2.2. <i>Dos casos determinantes del derecho de rectificación en Estados Unidos: Red Lion Broadcasting v. FCC (1969) y Miami Herald Publishing Company v. Tomillo (1974)</i>	66

Índice	13
2.2.1. La rectificación como un derecho de acceso razonable: Red Lion Broadcasting v. FCC (1969)	67
2.2.2. Regular la rectificación se opone a la libertad de expresión: Miami Herald Publishing Company v. Tornillo (1974)	68
3. Tribunal Europeo de Derechos Humanos: el derecho de rectificación como derecho de libertad de expresión	70
4. La Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, reguladora del Derecho de Rectificación	72
4.1. La acción de rectificación	74
4.1.1. Sujeto	74
4.1.2. Ámbito de la acción de rectificar	74
4.1.3. Condiciones de la rectificación	75
4.1.4. Procedimiento para la rectificación	76
A) La fase ante el director del medio	76
B) La fase judicial	76
4.2. La especialidad de la rectificación en campaña electoral	77
4.3. El Tribunal Constitucional español considera el derecho de rectificación como un derecho de acceso a los medios de comunicación	78

SEGUNDA PARTE
LOS LÍMITES DEL DERECHO A LA INFORMACIÓN Y A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

CAPÍTULO 4. El derecho al honor	85
1. El derecho al honor y su reconocimiento constitucional	85
1.1. El derecho al honor: una aproximación	85
1.2. Reconocimiento constitucional del derecho al honor	86
2. Dos cuestiones acerca del sujeto del derecho al honor: las personas jurídicas y la protección del honor de las personas fallecidas	87
2.1. ¿Tienen derecho al honor las personas jurídicas?	87
2.2. La protección el honor de las personas fallecidas	90
3. La protección penal del derecho al honor	91
3.1. Los delitos de calumnia e injuria	91
3.1.1. La calumnia	91
3.1.2. La injuria	92
3.2. Aspectos comunes de los delitos contra el honor	93
3.3. Otros delitos relacionados con el honor: la difusión de mensajes que incitan al odio o la violencia contra determinados grupos	95
3.4. Acerca del autor de los delitos cometidos a través de medios de comunicación	96
4. La protección civil del derecho al honor	96

CAPÍTULO 5. El derecho a la intimidad	101
1. Jueces y medios de comunicación en el origen del derecho a la intimidad	101
2. El reconocimiento constitucional del derecho a la intimidad	102
3. Personas jurídicas y personas con notoriedad pública	105
3.1. <i>¿Tienen derecho a la intimidad las personas jurídicas?</i>	105
3.2. <i>El derecho a la vida privada de las personas de notoriedad pública</i>	106
4. La protección penal y civil del derecho a la intimidad personal y familiar..	108
4.1. <i>Los delitos contra la intimidad en el Código Penal</i>	108
4.2. <i>El derecho a la intimidad personal y familiar en el Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de Protección del derecho al Honor, a la Intimidad personal y familiar y a la propia Imagen</i>	111
5. Del «Right to be alone» de Warren y Brandeis a la protección de la privacidad en la Sociedad de la Información: datos personales y el derecho a la autodeterminación informativa.....	113
5.1. <i>La Sociedad de la Información como contexto de riesgo para el derecho a la vida privada</i>	113
5.2. <i>Etapas en la protección de datos personales</i>	114
5.3. <i>La configuración del derecho fundamental a la autodeterminación informativa como un derecho entre la intimidad y la libertad individual</i>	114
5.4. <i>El derecho a la protección de datos en España como un derecho de autodeterminación informativa</i>	116
5.4.1. <i>La Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de carácter Personal</i>	116
A) <i>Aspectos generales</i>	116
B) <i>Algunos aspectos relevantes de la Ley</i>	117
a) <i>Calidad de los datos: límite de tiempo y exactitud</i>	117
b) <i>Derechos de los particulares</i>	117
c) <i>Sobre el consentimiento</i>	118
d) <i>Datos especialmente protegidos</i>	118
e) <i>Secreto profesional</i>	119
f) <i>Clasificación de ficheros</i>	119
5.4.2. <i>La interpretación del Tribunal Constitucional sobre el derecho a la protección de datos: el reconocimiento del derecho de «autodeterminación informativa»</i>	120
CAPÍTULO 6. El derecho a la propia imagen	125
1. El derecho a la propia imagen. Precedentes históricos y rasgos específicos.	125
1.1. <i>Precedentes del derecho a la propia imagen</i>	125
1.2. <i>Rasgos específicos de la imagen</i>	127
2. La explotación comercial de la imagen ¿derecho de propiedad, derecho de la personalidad, o derecho de autor?.....	128

Índice	15
2.1. El «right of publicity»	128
2.2. Un problema relacionado con el valor económico de la imagen de algunas personas: los dobles y la apropiación de identidad	129
2.3. La versión europea del «right of publicity»: entre el derecho a la imagen y los derechos de autor.....	132
2.3.1. Francia: un único derecho a la imagen con dimensión comercial.....	132
2.3.2. Austria: el derecho a la imagen como un derecho de autor..	133
3. El Tribunal Europeo de Derechos Humanos considera la imagen como un elemento de la vida privada.....	134
4. El reconocimiento constitucional del derecho a la propia imagen.....	136
4.1. Su reconocimiento en la Constitución de 1978 y el concepto de derecho a la propia imagen del Tribunal Constitucional	136
4.1. El desarrollo del contenido del derecho a la propia imagen en la jurisprudencia constitucional.....	138
5. La protección civil y penal del derecho a la propia imagen	141
5.1. La Ley Orgánica 1/1982, de Protección civil del Derecho al Honor, a la Intimidad personal y familiar y a la propia Imagen y el Código Penal	141
5.2. Cuestiones abiertas de la protección de la propia imagen	143
5.2.1. La extensión de la imagen a los rasgos de la identidad personal	143
5.2.2. La dimensión constitucional del derecho a la propia imagen no incluye su valor económico.....	145
5.2.3. Que el derecho a la propia imagen sea un derecho de la personalidad tiene consecuencias en su uso comercial	145
5.2.4. El fotomontaje como forma de caricatura y la alteración de sentido de la imagen	147
5.2.5. ¿Cuándo se considera accesoria a la información principal la imagen de una persona?.....	148
5.2.6. Cámaras ocultas para reportajes periodísticos	150
CAPÍTULO 7. El derecho del menor a una especial protección ante los medios de comunicación.....	153
1. Los menores como sujetos especialmente protegidos ante los medios de comunicación.....	153
1.1. El niño, titular de derechos y objeto de protección. Convenio de Derechos del Niño (1989) y Constitución Española	153
1.2. Niños y jóvenes comprendidos en la noción de «el menor». La Ley Orgánica 1/1996 de «Protección Jurídica del Menor», la Ley Orgánica 1/1982, de «Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad personal y familiar y a la propia Imagen» y el Real Decreto 1435/1985 de contratación de menores en espectáculos públicos	155

1.2.1. El menor titular de los derechos al honor, a la intimidad y a la propia imagen	155
1.2.2. El menor titular de los derechos a la libertad de expresión y a la información	158
1.3. <i>El consentimiento del menor en intromisiones en su intimidad y propia imagen por su participación en programas de televisión, películas y actividad publicitaria</i>	159
2. Información sobre delitos en los que el menor es el protagonista	162
2.1. <i>Las noticias sobre delitos cometidos por menores: la obligación de velar por el interés superior del menor pasa por preservar su identidad</i>	162
2.2. <i>La publicidad de los procesos judiciales en los que intervienen menores de edad: Convenio de Derechos del Niño (1989), Reglas de Beijing (1985), Ley Orgánica 1/1996, de «Protección Jurídica del Menor», Ley Orgánica 5/2000, de 12 de enero, «Reguladora de la Responsabilidad Penal de los Menores» y Ley 7/2010, «General de la Comunicación Audiovisual»</i>	163
3. Protección del menor frente a la pornografía, la violencia y otros contenidos perjudiciales.....	165
3.1. <i>Medidas contenidas en la Ley 7/2010, «General de la Comunicación Audiovisual»</i>	165
3.1.1. Contenidos prohibidos o restringidos.....	166
3.1.2. Medidas de clasificación de los contenidos y de establecimiento de franjas horarias de protección reforzada	166
3.2. <i>El Código Penal</i>	168
3.3. <i>Normativa de límite a la pornografía: el Real Decreto 1189/1982 sobre la Pornografía</i>	168
3.4. <i>Medidas de clasificación para publicaciones escritas, cine y televisión</i>	169
3.4.1. Revistas y periódicos	169
3.4.2. Películas de cine y de televisión.....	170
3.4.3. Programas de televisión	171
3.5. <i>Medidas que hacen efectiva la posibilidad de seleccionar programas por los padres o tutores</i>	172
4. Protección del menor en la actividad publicitaria	173

TERCERA PARTE

DERECHOS DE LOS PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN

CAPÍTULO 8. El secreto profesional periodístico	179
1. Reconocimiento constitucional del Secreto profesional periodístico	179
2. Precedentes ético-jurídicos del Secreto profesional	180
3. Notas del Secreto profesional en el Derecho comparado	182
3.1. <i>Reconocimiento del secreto profesional de los periodistas</i>	182

3.2. Sobre el sujeto, objeto y contenido del derecho-deber de confidencialidad de la fuente.....	182
3.2.1. Sujeto.....	182
3.2.2. El objeto del secreto profesional.....	183
3.2.3. Contenido.....	183
3.3. Los límites del secreto profesional.....	183
4. Jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos sobre el Secreto periodístico.....	184
4.1. Secreto profesional ante el mandato judicial de revelar la fuente: <i>Goodwin v. UK (1996)</i>	185
4.2. La petición policial de entrega de documentos que pueden identificar la fuente: <i>Fressoz y Roire v. Francia (1999)</i>	186
4.3. Los registros de domicilio y lugares de trabajo de los periodistas: <i>Roemen y Schmit v. Luxemburgo, y Ernst y otros v. Bélgica (2003)</i>	187
4.4. El reconocimiento de los límites en el secreto profesional: <i>Nordisk Film & TV A/S v. Dinamarca (2008)</i> y <i>Sanoma Uitgevers BV v Holanda (2009)</i>	188
CAPÍTULO 9. La cláusula de conciencia	191
1. Reconocimiento constitucional de la Cláusula de conciencia del periodista.....	191
2. Precedentes de la Cláusula de conciencia. Especial atención al caso francés.....	193
3. La Ley Orgánica 1/1997, de la Cláusula de conciencia.....	194
3.1. La Ley Orgánica 2/1997, de 19 de junio, de Cláusula de Conciencia de los Profesionales de la Información.....	194
3.2. La objeción de conciencia.....	196
4. La primera sentencia del Tribunal Constitucional que interpreta la Ley de Cláusula de Conciencia de 1997: se permite al periodista una diversidad de acciones que garanticen su independencia.....	197
4.1. Los hechos que motivan el recurso de amparo ante el Tribunal Constitucional.....	197
4.2. ¿Puede exigirse al periodista «aguantar» en su puesto de trabajo suscribiendo una línea editorial que no comparte?.....	199
4.3. Proporcionalidad de la acción del periodista.....	201
4.4. Una variedad de acciones para preservar la independencia del profesional.....	203
CAPÍTULO 10. Los derechos de autor	205
1. Retos de los derechos de autor: Internet y la tecnología digital.....	205
2. Copyright y copyleft.....	206
3. Ni copyright ni copyleft: el derecho de propiedad intelectual en la Directiva Europea 2001/29/CE.....	208

3.1.	<i>La Directiva Europea 2001/29/CE. Enfoque y novedades</i>	208
3.1.1.	Enfoque de la Directiva Europea 2001/29/CE sobre la propiedad intelectual	208
3.1.2.	Novedades: el derecho de puesta a disposición interactiva y la copia privada	208
3.2.	<i>El problema del agotamiento del derecho</i>	210
4.	La protección de los derechos de autor en España: el Texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, de 1996	211
4.1.	<i>Los derechos de autor</i>	212
4.1.1.	Derechos morales del autor	213
	A) <i>Reconocimiento general</i>	213
	B) <i>Algunas peculiaridades</i>	214
4.1.3.	Los derechos de explotación	214
	A) <i>Reproducción de la obra</i>	215
	B) <i>Distribución</i>	215
	C) <i>Comunicación pública</i>	216
	D) <i>Transformación</i>	217
4.3.1.	Derecho de remuneración	218
	A) <i>Canon por copia privada (art. 25)</i>	218
	B) <i>Derecho de participación</i>	219
4.2.	<i>Los derechos de autor en las obras de varios autores: la obra en colaboración y obra colectiva</i>	220
4.3.	<i>Los derechos de autor de las obras y grabaciones audiovisuales y de las entidades de radiodifusión</i>	220
4.3.1.	Las obras audiovisuales	220
4.3.2.	Grabaciones audiovisuales. Entidades de radiodifusión	221
4.4.	<i>Los derechos afines a los derechos de autor. Los derechos de artistas, intérpretes y ejecutante</i>	222
4.4.1.	Derechos morales de artistas, intérpretes y ejecutantes	222
4.4.2.	Derechos de explotación de artistas, intérpretes y ejecutantes	223
4.5.	<i>Plazos de los derechos de autor y de los derechos afines</i>	223
4.5.1.	Plazos de los derechos de autor: 70 años	223
4.5.2.	Plazos de los derechos afines a los derechos de autor: 50 y 25 años	224
4.6.	<i>Derechos de los autores que crean por encargo y de los autores asalariados</i> ...	225
4.6.1.	Autores que crean por encargo	225
4.6.2.	Autores asalariados	226
4.7.	<i>Licencias y cesiones de los derechos de autor</i>	226
4.8.	<i>Límites de los derechos de autor</i>	227
4.8.1.	Cita e ilustración de la enseñanza	228
4.8.2.	Trabajos sobre temas de actualidad	228

4.8.3. Obras situadas en la vía pública.....	229
4.8.4. Reproducción, préstamo y consulta de obras mediante terminales especializados en determinados establecimientos.....	229
4.8.5. La parodia.....	230
4.9. <i>El registro de la Propiedad Intelectual y los símbolos de reserva de derechos.</i>	230
4.9.1. El registro de la Propiedad Intelectual.....	230
4.9.2. Los símbolos de reserva de derechos.....	230
5. La protección penal de los derechos de autor en el Código Penal.....	231
6. Las sanciones previstas por la Ley de Economía Sostenible frente a la piratería en Internet.....	232

CUARTA PARTE

EL RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

CAPÍTULO 11. Internet: estatuto jurídico.....	237
1. Internet como ámbito de regulación.....	237
2. ¿Quién es responsable legal en Internet? Algunos principios establecidos por la Directiva Europea de «Comercio Electrónico» de 2000.....	238
2.1. <i>Libertad de expresión en Internet.....</i>	239
2.2. <i>La búsqueda de la colaboración de los prestadores de servicios en Internet para que la regulación sea eficaz.....</i>	239
2.3. <i>¿Cómo se determina el lugar para la reclamación ante un contenido o servicio ilícitos en Internet y las leyes que son aplicables?.....</i>	240
2.4. <i>Códigos de conducta y autorregulación.....</i>	242
3. La Ley de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico 34/2002, de 11 de julio.....	242
3.1. <i>El punto de partida de la libertad de expresión.....</i>	244
3.2. <i>El principio de complementariedad de la Ley 34/2002, de «Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico» con las demás leyes que resulten aplicables.....</i>	245
3.3. <i>Los prestadores de servicios de Internet: su deber de colaboración y la circunstancia de «tener conocimiento efectivo» de una actividad o contenido ilícitos.....</i>	246
3.3.1. <i>Proveedores de acceso y de almacenamiento de datos.....</i>	246
3.3.2. <i>Motores de búsqueda y proveedores de enlaces en Internet.....</i>	248
3.4. <i>¿Dónde se consideran que tienen su establecimiento los prestadores de servicios de Internet?.....</i>	250
3.5. <i>¿La Ley 34/2002 de «Servicios de la Sociedad de la Información y del Comercio Electrónico» se aplica a los prestadores de servicios establecidos fuera de España?.....</i>	251

3.6.	<i>Publicidad y «spam» como actividades a las que la Ley 34/2002 de Servicios de la Sociedad de la Información presta especial atención.....</i>	252
3.7.	<i>Autocontrol, Arbitraje, Códigos de Conducta y transparencia promovidos por la ley española.....</i>	254
4.	<i>Peculiaridades de la responsabilidad penal y civil en el ámbito de Internet.....</i>	255
4.1.	<i>Delitos cometidos a través de Internet.....</i>	256
4.2.	<i>Los «Metatags» que coinciden con marcas o nombres de productos de terceros.....</i>	257
4.3.	<i>La oferta de enlaces que incluyen marcas ajenas y permiten el acceso a las webs de empresas o instituciones titulares de esas marcas ¿es lícita o ilícita?..</i>	258
4.4.	<i>El uso de marcas ajenas como enlace para páginas webs de terceros que no tienen ninguna relación con esas marcas ni las empresas o instituciones que las poseen.....</i>	259
CAPÍTULO 12. Régimen jurídico de la televisión		261
1.	<i>La redefinición de la televisión pública.....</i>	261
1.1.	<i>La iniciativa Europea</i>	261
1.2.	<i>La redefinición de la televisión pública en España. La Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y televisión de titularidad estatal y la Ley 8/2009 de 28 de agosto, de Financiación de la corporación de Radio y Televisión Española</i>	264
1.2.1.	<i>La reforma de la Televisión Pública española, TVE por la Ley 17/2006.....</i>	264
1.2.1.	<i>La renuncia de la Televisión pública a la publicidad: La Ley 8/2009, de 28 de agosto, de Financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española</i>	267
2.	<i>La televisión digital.....</i>	271
3.	<i>La Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual</i>	272
3.1.	<i>Temas que regula la Ley General de la Comunicación Audiovisual.....</i>	273
3.2.	<i>Derechos del público y derechos de los prestadores de servicios audiovisuales.....</i>	274
3.2.1.	<i>El derecho del público a la diversidad cultural y lingüística: en realidad, una obligación de los prestadores audiovisuales para favorecerla.....</i>	276
3.2.2.	<i>El derecho del público a la participación en el control de los contenidos audiovisuales.....</i>	278
3.2.3.	<i>El derecho del prestador de servicios audiovisuales a la comunicación comercial, a los mensajes publicitarios y al emplazamiento de productos</i>	278
	<i>A) Comunicación comercial, mensajes publicitarios</i>	278
	<i>B) El derecho al emplazamiento de productos.....</i>	279
3.2.4.	<i>El derecho a contratos de exclusiva en acontecimientos deportivos v. el derecho a la información del público.....</i>	280

3.3. <i>Se consolida la tendencia hacia la liberalización de la radio y televisión. Libre transmisión y arrendamiento de licencias de servicio audiovisual</i>	282
3.3.1. El servicio de comunicación audiovisual un servicio de interés general	282
3.3.2. Las licencias previas para los servicios de comunicación audiovisual por ondas hertzianas	283
3.3.3. Confirmada la posibilidad de los canales de TDT de pago para los concesionarios de una licencia de comunicación audiovisual	284
3.3.4. Permitidos los negocios sobre licencias de comunicación audiovisual	285
3.4. <i>Un paso más en la reforma de la Radio y Televisión públicas</i>	285
3.5. <i>Algunas obligaciones específicas para las redes de comunicación electrónica y servicios de comunicación audiovisual (o los servicios audiovisuales por cable y por protocolo de Internet)</i>	288
3.6. <i>Medidas para favorecer el pluralismo</i>	288
3.7. <i>La televisión en cadena se prohíbe salvo en un 25% del tiempo semanal</i>	289
3.8. <i>El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales</i>	290
3.9. <i>Composición del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales</i>	292
3.10. <i>Infracciones y sanciones establecidas por la Ley General de Comunicación Audiovisual</i>	293
CAPÍTULO 13. Estatuto jurídico de la radio	299
1. De los planes técnicos de finales de los setenta al abandono de la definición de la radio como servicio público esencial	299
1.1. <i>La radio como servicio público esencial: los primeros Planes Técnicos</i>	299
1.2. <i>Las Comunidades Autónomas y los Ayuntamientos también pueden conceder licencias</i>	300
1.3. <i>El abandono de la definición de la radio como servicio público esencial</i>	302
2. La liberalización de los servicios de difusión de radio por cable, desde 2006	303
3. La radio digital	305
4. La Ley 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual: la radio como servicio de interés general y el pluralismo en el mercado radiofónico	309
5. Otros aspectos sobre la actividad radiofónica	310
QUINTA PARTE	
EL RÉGIMEN JURÍDICO DE LA PUBLICIDAD	
CAPÍTULO 14. Regulación de la publicidad	313
1. La publicidad: comunicación comercial	313

1.1.	<i>Unión Europea: la publicidad como comunicación comercial</i>	313
1.1.1.	El Libro Verde sobre las Comunicaciones comerciales.....	314
1.1.2.	Directivas y Jurisprudencia europeas sobre las Comunicaciones comerciales	315
1.2.	<i>En el sistema legal español la publicidad se regula dentro del ámbito de las actividades económicas</i>	316
1.3.	<i>El Tribunal Europeo de Derechos Humanos considera la publicidad como un aspecto más de la libertad de expresión</i>	318
2.	Fuentes legales de la actividad publicitaria en España	320
2.1.	<i>La Ley General de Publicidad 34/1988</i>	320
2.2.	<i>Real Decreto Legislativo 1/2007, texto refundido de la Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios y otras leyes complementarias</i>	321
2.3.	<i>Ley 3/1991 de Competencia Desleal</i>	321
3.	Publicidad ilícita	322
3.1.	<i>Publicidad prohibida</i>	322
3.2.	<i>Publicidad con condiciones: publicidad comparativa</i>	324
3.3.	<i>Publicidad limitada en función de los productos que se anuncian</i>	325
4.	La publicidad televisada: la Ley 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual.....	326
4.1.	<i>Emitir publicidad: un derecho de los prestadores de servicios audiovisuales que tiene límites</i>	326
4.2.	<i>Tiempo publicitario permitido</i>	328
4.3.	<i>Identificación de la comunicación comercial tanto en los mensajes publicitarios como en el patrocinio</i>	328
4.4.	<i>El emplazamiento de producto también es un derecho</i>	329
4.5.	<i>Las interrupciones publicitarias de la programación</i>	330
4.6.	<i>La televenta</i>	331
5.	Los contratos publicitarios	331
6.	Las acciones contra la publicidad ilícita	333
7.	La publicidad institucional y la publicidad electoral.....	334
7.1.	<i>Publicidad institucional: Ley 29/2005 de Publicidad y Comunicación Institucional</i>	334
7.2.	<i>La regulación de la publicidad electoral</i>	335
8.	La autorregulación publicitaria	336