

ÍNDICE

Presentación	21
--------------------	----

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

1. El art. 20 de la <i>Constitución Española de 1978</i> . El reconocimiento constitucional de los derechos a libertad de expresión y a la información	25
1.1. <i>El reconocimiento de los derechos a la libertad de expresión y a la información</i>	26
1.2. <i>Referencias constitucionales del artículo 20</i>	27
2. Los derechos a la libertad de expresión y a la información en la jurisprudencia del Tribunal Constitucional	29
2.1. <i>La distinción entre la libertad de expresión y el derecho a la información</i>	29
2.2. <i>La ponderación de derechos en conflicto</i>	32
2.3. <i>La tesis del «Reportaje neutral» en materia de derecho a la información</i>	35
3. ¿Qué significa «información veraz» como objeto del derecho a la información?	37
3.1. <i>Los términos «verdad» y «veraz»</i>	37
3.2. <i>De la realidad noticiable al relato periodístico: un doble examen de la veracidad</i>	38
3.3. <i>La clave interpretativa de la «diligencia profesional del periodista»</i>	40
3.4. <i>Un apunte valorativo</i>	41

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

1. La libertad de expresión y el derecho a la información en el <i>Convenio Europeo de Derechos Humanos</i> (1950)	43
--	----

2.	Jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos sobre la libertad de expresión y el derecho a la información	45
2.1.	<i>Algunas resoluciones de referencia del Tribunal Europeo de Derechos del Hombre</i>	46
a)	<i>Handyside v. Reino Unido (1976): libertad de expresión y el derecho a la especial protección de la infancia y la juventud</i>	46
b)	<i>Sunday Times v. Reino Unido (1979): el derecho a la información y el derecho a la libre administración de justicia</i>	46
c)	<i>Lingens v. Austria (1986): el derecho a la información y el derecho al honor de los políticos</i>	47
d)	<i>Observer y Guardian v. Reino Unido (1991): derecho a la información y seguridad nacional</i>	48
e)	<i>Jersild v. Dinamarca (1994): derecho a la información y xenofobia</i>	48
f)	<i>Cumpana y Mazare v. Rumania (2004): el efecto disuasorio de algunas condenas contra periodistas</i>	49
g)	<i>A v. Noruega (2009): El derecho al honor y la vida privada de las personas sobre las que hay indicios de haber cometido un crimen</i>	51
2.2.	<i>Las primeras sentencias del Tribunal Europeo sobre libertad de expresión en portales de noticias y hemerotecas digitales</i>	52
a)	<i>Delfi AS v Estonia (2015): Los comentarios anónimos del público en los portales de noticias de Internet son responsabilidad de los editores</i>	53
b)	<i>Times Newspapers Ltd (1 y 2) v. Reino Unido (2009) y Węgrzynowski y Smolczewski v. Polonia (2013): las hemeroteca digitales en Internet se rigen por unos principios diferentes a los de la prensa</i>	56
2.3.	<i>Criterios establecidos por el Tribunal Europeo acerca de la libertad de expresión y el derecho a la información</i>	59
a)	<i>Sobre las interferencias en el ejercicio de la libertad de expresión y del derecho a la información y las sanciones</i>	59
b)	<i>Sobre el Periodismo y la protección de las fuentes</i>	60
c)	<i>Sobre el derecho al honor de los políticos y el derecho de crítica</i>	61
d)	<i>Sobre el derecho a la vida privada de personajes públicos</i>	61
e)	<i>Sobre los juicios paralelos en los medios de comunicación</i>	63
f)	<i>Sobre la libertad de expresión y el respeto a los sentimientos religiosos</i>	64
2.4.	<i>La creciente influencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos en materia de libertad de expresión y derecho a la información</i>	65

CAPÍTULO 3

DERECHO DE RÉPLICA Y LIBERTAD DE EXPRESIÓN

1.	El derecho de réplica. Planteamiento general	67
1.1.	«Réplica», «rectificación», «respuesta» una diversidad de nombres para una diversidad de acciones	67
1.2.	Dimensión social y dimensión personalista del derecho de réplica	68
2.	Tribunal Europeo de Derechos Humanos: el derecho de réplica como derecho de libertad de expresión	69
3.	La Convención Americana de Derechos Humanos: Reconocimiento del derecho de Rectificación o Respuesta y de la diversidad de formas de protección	71

ÍNDICE

4.	La Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, Reguladora del Derecho de Rectificación	72
4.1.	<i>La acción de rectificación</i>	73
4.1.1.	Sujeto	73
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	75
4.2.	<i>La especialidad de la rectificación en campaña electoral</i>	77
5.	El derecho de réplica entre el derecho a la información y los derechos de la personalidad: la interpretación constitucional de la ley española	78
6.	El derecho de réplica en las redes sociales. Las soluciones ofrecidas por el derecho francés para el derecho de respuesta en <i>Twitter</i>	81
7.	¿Réplica o derecho al olvido en Internet?	84
7.1.	<i>Un intento de convertir la réplica en derecho al olvido: Colombia «El Tiempo», 2013</i>	85
7.2.	<i>¿Cómo evitar los daños ocasionados por un tuit en plena campaña electoral?: Brasil 2010, la acusación al contrincante político de robar datos personales de quienes visitan su cuenta de Twitter</i>	86
7.3.	<i>Derecho a la réplica por comentarios ofensivos en un agregador de noticias, «Menéame», 2014: sólo es posible la réplica en el origen</i>	87
7.4.	<i>La réplica par prevenir el daño a la reputación de un sitio d Intenet: «seriesyonkis.com» y «películasyonkis.com», 2012</i>	89
8.	Algunas conclusiones	89

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

CAPÍTULO 4 EL DERECHO AL HONOR

1.	El derecho al honor y su reconocimiento constitucional	93
1.1.	<i>El derecho al honor: una aproximación</i>	93
1.2.	<i>Reconocimiento constitucional del derecho al honor</i>	94
2.	Dos cuestiones acerca del sujeto del derecho al honor: las personas jurídicas y la protección del honor de las personas fallecidas	95
2.1.	<i>¿Tienen derecho al honor las personas jurídicas?</i>	95
2.2.	<i>La protección el honor de las personas fallecidas</i>	98
3.	La protección penal del derecho al honor	98
3.1.	Los delitos de calumnia e injuria	99
3.1.1.	<i>La calumnia</i>	99
3.1.2.	<i>La injuria</i>	100

3.2. Aspectos comunes de los delitos contra el honor	101
4. La difusión de mensajes que incitan al odio o la violencia a través de las redes sociales	103
4.1. <i>La incorporación al Código Penal de nuevas conductas ilícitas</i>	103
4.2. <i>La difusión en las redes sociales como intensificación del delito</i>	105
4.3. <i>La intervención del juez para la retirada de contenidos de Internet</i>	106
5. Acerca del autor de los delitos cometidos a través de medios de comunicación	106
6. La protección civil del derecho al honor	107

CAPÍTULO 5 EL DERECHO A LA INTIMIDAD

1. Jueces y medios de comunicación en el origen del derecho a la intimidad	111
2. El reconocimiento constitucional del derecho a la intimidad	112
3. Personas jurídicas y personas con notoriedad pública	114
3.1. <i>¿Tienen derecho a la intimidad las personas jurídicas?</i>	114
3.2. <i>El derecho a la vida privada de las personas con notoriedad pública</i>	115
4. La protección penal y civil del derecho a la intimidad personal y familiar	118
4.1. <i>Los delitos contra la intimidad en el Código Penal</i>	118
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>	122

CAPÍTULO 6 LA PROTECCIÓN DE LA PRIVACIDAD EN INTERNET EL DERECHO DE AUTODETERMINACIÓN INFORMATIVA Y EL DERECHO AL OLVIDO

1. La Sociedad de la Información como contexto de riesgo para la privacidad	125
2. El derecho a la autodeterminación informativa como un derecho entre la intimidad y la libertad individual	126
2.1. <i>La Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal</i>	128
2.1.1. <i>Aspectos generales</i>	128
2.1.2. <i>Algunos aspectos relevantes de la Ley</i>	129
2.2. <i>La interpretación del Tribunal Constitucional sobre el derecho a la protección de datos: el reconocimiento del derecho de «autodeterminación informativa»</i>	131
3. El derecho al olvido	135
3.1. <i>Los primeros casos del derecho al olvido</i>	137
3.2. <i>El derecho al olvido: ¿un límite desproporcionado para el derecho a la información?</i>	139
3.3. <i>La sentencia del Tribunal de Justicia Europeo de 2014: definitiva para el reconocimiento del derecho al olvido</i>	142

ÍNDICE

3.3.1. <i>La actividad de Google es tratamiento de datos</i>	143
3.3.2. <i>Google está obligado a eliminar links de los resultados de búsquedas</i>	144
3.3.3. <i>A Google le obliga el derecho al olvido</i>	146

CAPÍTULO 7

EL DERECHO A LA PROPIA IMAGEN

1. El derecho a la propia imagen. Precedentes históricos y rasgos específicos	149
1.1. <i>Precedentes del derecho a la propia imagen</i>	149
1.2. <i>Rasgos específicos de la imagen</i>	150
2. La explotación comercial de la imagen ¿derecho de propiedad, derecho de la personalidad o derecho de autor?	152
2.1. <i>El «right of publicity»</i>	152
2.2. <i>Un problema relacionado con el valor económico de la imagen de algunas personas: los dobles y la apropiación de identidad</i>	153
2.3. <i>La versión europea del «right of publicity»: entre el derecho a la imagen y los derechos de autor</i>	156
2.3.1. <i>Francia: un único derecho a la imagen con dimensión comercial</i>	156
2.3.2. <i>Austria: el derecho a la imagen como un derecho de autor</i>	157
3. El Tribunal Europeo de Derechos Humanos considera la imagen como un elemento de la vida privada	158
4. Reconocimiento constitucional del derecho a la propia imagen	159
4.1. <i>Su reconocimiento en la Constitución de 1978 y el concepto de derecho a la propia imagen del Tribunal Constitucional</i>	159
4.2. <i>El desarrollo del contenido del derecho a la propia imagen en la jurisprudencia constitucional</i>	161
4.3. <i>El giro hacia una mayor protección del derecho a la imagen frente a teleobjetivos y cámaras ocultas</i>	164
5. Protección civil y penal del derecho a la propia imagen	167
5.1. <i>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</i>	167
5.2. <i>Cuestiones abiertas de la protección de la propia imagen</i>	168
5.2.1. <i>La extensión de la imagen a los rasgos de la identidad personal</i>	169
5.2.2. <i>La dimensión constitucional del derecho a la propia imagen no incluye su valor económico</i>	170
5.2.3. <i>Que el derecho a la propia imagen sea un derecho de la personalidad tiene consecuencias en su uso comercial</i>	171
5.2.4. <i>El fotomontaje como forma de caricatura y la alteración de sentido de la imagen</i> ..	173
5.2.5. <i>¿Cuándo se considera accesoria a la información principal la imagen de una persona?</i>	174
5.2.6. <i>Cámaras ocultas para reportajes periodísticos</i>	175

CAPÍTULO 8
EL DERECHO DEL MENOR A UNA ESPECIAL PROTECCIÓN
ANTE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1. Los menores como sujetos especialmente protegidos ante los medios de comunicación	179
1.1. <i>El niño, titular de derechos y objeto de protección. Convenio de Derechos del Niño (1989) y Constitución Española</i>	179
1.2. <i>Niños y jóvenes comprendidos en la noción de «el menor»: Ley Orgánica 1/1996, de «Protección Jurídica del Menor, Ley Orgánica 1/1982, de «Protección Civil del derecho al Honor, a la Intimidad personal y familiar y a la propia Imagen» y Real Decreto 1435/1985 de contratación del menor en espectáculos públicos</i>	181
1.2.1. <i>El menor titular de los derechos al honor, a la intimidad y a la propia imagen</i>	181
1.2.2. <i>El menor titular de los derechos a la libertad de expresión y a la información</i>	184
1.3. <i>El consentimiento del menor en intromisiones en su intimidad y propia imagen por su participación en programas de televisión, películas, actividad publicitaria y redes sociales</i> .	185
2. Internet y menores: educación, prevención, regulación adaptada	188
3. Información sobre delitos en los que el menor es el protagonista	189
3.1. <i>Las noticias sobre delitos cometidos por menores: la obligación de velar por el interés superior del menor pasa por preservar su identidad</i>	189
3.2. <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 de Protección Jurídica del Menor (1996), Ley de Responsabilidad Penal del Menor (2000) y Ley General de Comunicación Audiovisual (2010)</i>	190
4. Protección del menor frente a la pornografía, la violencia y otros contenidos perjudiciales	192
4.1. <i>Medidas contenidas en la Ley 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual</i>	192
4.2. <i>El Código Penal</i>	194
4.3. <i>Normativa de límite a la pornografía</i>	195
4.4. <i>Medidas de clasificación para publicaciones escritas, cine y televisión</i>	196
4.5. <i>Medidas que hacen efectiva la posibilidad de seleccionar programas por los padres o tutores</i>	198
5. Protección del menor en la actividad publicitaria	199

TERCERA PARTE
DERECHOS DE LOS PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN

CAPÍTULO 9
EL SECRETO PROFESIONAL

1. Reconocimiento constitucional del secreto profesional periodístico	203
2. Precedentes ético-jurídicos del secreto profesional	204
3. Notas del secreto profesional	206
3.1. <i>Reconocimiento del secreto profesional de los periodistas</i>	206
3.2. <i>Sobre el sujeto, objeto y contenido del derecho-deber de confidencialidad de la fuente</i>	206

ÍNDICE

3.2.1. <i>Sujeto</i>	206
3.2.2. <i>El objeto del secreto profesional</i>	206
3.2.3. <i>Contenido</i>	207
3.3. <i>Los límites del secreto profesional</i>	207
4. El secreto profesional dentro de las redacciones de los medios de comunicación ...	208
5. Jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos sobre secreto periodístico	210
5.1. <i>Secreto profesional ante el mandato judicial de revelar la fuente: Goodwin v. UK (1996)</i>	211
5.2. <i>La petición policial de entrega de documentos que pueden identificar la fuente: Fressoz y Roire v. Francia (1999)</i>	212
5.3. <i>Los registros de domicilio y lugares de trabajo de los periodistas</i>	212
5.3.1. <i>Roemen y Schmit v. Luxemburgo y Ernst y otros v. Bélgica (2003)</i>	212
5.3.2. <i>Ressiot y otros v. Francia (2012)</i>	213
5.4. <i>Privación de libertad para un periodista: las presiones excesivas de la autoridad judicial para obtener la identidad de su fuente, caso Voskuil v. Holanda</i>	214
5.5. <i>La conducta ilegal de la fuente no es un criterio relevante para negarle la protección del secreto profesional: Financial Times y otros v. Reino Unido (2009)</i>	216
5.6. <i>El reconocimiento de los límites en el secreto profesional: Nordisk film & tv als v. Dinamarca (2008) y Sanoma Uitgevers bv v Holanda (2009)</i>	217

CAPÍTULO 10

LA CLÁUSULA DE CONCIENCIA

1. Reconocimiento constitucional de la Cláusula de conciencia del periodista	221
2. Precedentes de la cláusula de conciencia. Especial atención al caso francés	223
3. La <i>Ley Orgánica 2/1997, de la Cláusula de Conciencia</i>	224
3.1. <i>La Ley Orgánica 2/1997, de 19 de junio, de Cláusula de Conciencia de los Profesionales de la Información</i>	224
3.2. <i>La objeción de conciencia</i>	226
4. La primera sentencia del Tribunal Constitucional que interpreta la <i>Ley de Cláusula de Conciencia</i> de 1997: se permiten al periodista una variedad de acciones que garanticen su independencia	227
4.1. <i>Los hechos que motivan el recurso de amparo ante el Tribunal Constitucional</i>	227
4.2. <i>¿Puede exigirse al periodista «aguantar» en su puesto de trabajo suscribiendo una línea editorial que no comparte?</i>	228
4.3. <i>Proporcionalidad de la acción del periodista</i>	230
4.4. <i>Una variedad de acciones para preservar la independencia del profesional</i>	232

CAPÍTULO 11

LOS DERECHOS DE AUTOR

1. Retos de los derechos de autor en el entorno digital	235
2. Copyright y Copyleft	236

3.	Ni Copyright ni Copyleft: el derecho de propiedad intelectual en la Directiva Europea 2001/29/CE	238
3.1.	<i>Enfoque de la Directiva Europea 2001/29/CE, sobre la propiedad intelectual</i>	2328
3.2.	<i>Una primera adaptación a Internet: el derecho de puesta a disposición interactiva y la copia privada</i>	239
4.	La protección de los derechos de autor en España: el <i>Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual</i> , de 1996	242
4.1.	<i>Los derechos de autor</i>	242
4.1.1.	<i>Derechos morales del autor</i>	243
4.1.2.	<i>Los derechos de explotación</i>	244
4.1.3.	<i>Derecho de remuneración</i>	248
4.2.	<i>Los derechos de autor en las obras de varios autores: la obra en colaboración y obra colectiva</i> ..	249
4.3.	<i>Los derechos de autor de las obras y grabaciones audiovisuales y de las entidades de radiodifusión</i>	250
4.3.1.	<i>Las obras audiovisuales</i>	250
4.3.2.	<i>Grabaciones audiovisuales. Entidades de radiodifusión</i>	251
4.4.	<i>Los derechos afines a los derechos de autor. Los derechos de artistas, intérpretes y ejecutantes</i> ..	251
4.4.1.	<i>Derechos morales de artistas, intérpretes y ejecutantes</i>	251
4.4.2.	<i>Derechos de explotación de artistas, intérpretes y ejecutantes</i>	252
4.5.	<i>Plazos de los derechos de autor y de los derechos afines</i>	252
4.5.1.	<i>Plazos de los derechos de autor: 70 años</i>	252
4.5.2.	<i>Plazos de los derechos afines a los derechos de autor: 50 y 25 años</i>	253
4.6.	<i>Derechos de los autores que crean por encargo y de los autores asalariados</i>	254
4.6.1.	<i>Autores que crean por encargo</i>	254
4.6.2.	<i>Autores asalariados</i>	255
4.7.	<i>Licencias y cesiones de los derechos de autor</i>	257
4.8.	<i>Límites de los derechos de autor</i>	256
4.9.	<i>El registro de la Propiedad Intelectual y los símbolos de reserva de derechos</i>	264
4.9.1.	<i>El registro de la Propiedad Intelectual.</i>	264
4.9.2.	<i>Los símbolos de reserva de derechos</i>	264
5.	La protección de los derechos de autor en el Código Penal	265
5.1.	<i>La reforma de 2015: ilicitud de las webs de enlaces</i>	266
5.2.	<i>Mayor atención a la actividad de los jueces y a la piratería en Internet y fuera de Internet</i> .	266
5.3.	<i>La responsabilidad por daños derivada de delito</i>	267
6.	Las sanciones previstas por el Anteproyecto de Ley de Economía Sostenible frente la piratería en Internet	267

CUARTA PARTE
EL RÉGIMEN JURÍDICO DE LOS MEDIOS
DE COMUNICACIÓN

CAPÍTULO 12
INTERNET: ESTATUTO JURÍDICO

1.	Internet como ámbito de regulación	273
----	--	-----

2.	¿Quién es responsable legal en Internet? Algunos principios establecidos por la <i>Directiva Europea de Comercio electrónico</i> de 2000	274
2.1.	<i>Libertad de expresión en Internet</i>	275
2.2.	<i>La búsqueda de la colaboración de los prestadores de servicios en Internet para que la regulación sea eficaz</i>	275
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>	276
2.4.	<i>Códigos de conducta y autorregulación</i>	277
3.	<i>La Ley de la Sociedad de la Información y del Comercio electrónico 34/2002, de 11 de julio</i>	278
3.1.	<i>El punto de partida de la libertad de expresión</i>	279
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>	280
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>	281
3.3.1.	<i>Proveedores de acceso y de almacenamiento de datos</i>	281
3.3.2.	<i>Motores de búsqueda y proveedores de enlaces en Internet</i>	283
3.4.	<i>¿Dónde se consideran que tienen su establecimiento los prestadores de servicios de Internet?</i> .	285
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>	286
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>	287
3.7.	<i>Autocontrol, Arbitraje, Códigos de Conducta y transparencia promovidos por la ley española</i>	288
4.	<i>Peculiaridades de la responsabilidad penal y civil en Internet</i>	290
4.1.	<i>Delitos cometidos a través de Internet</i>	290
4.2.	<i>Los «Metatags» que coinciden con marcas o nombres de productos de terceros</i>	291
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>	292
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>	293

CAPÍTULO 13 RÉGIMEN JURÍDICO DE LA TELEVISIÓN

1.	Los retos de la Televisión Pública: redefinición, impacto de Internet, gobernanza y financiación	295
1.1.	<i>La iniciativa Europea en la redefinición de la Televisión Pública</i>	295
1.2.	<i>Impacto de Internet, Gobernanza y Financiación</i>	296
2.	La reforma de la Televisión Pública española y su renuncia a la publicidad	298
2.1.	<i>La reforma de la Televisión Pública española, TVE por la Ley 17/2006</i>	298
2.2.	<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>	302
3.	Las televisiones públicas autonómicas	305

4. De la televisión digital terrestre a la televisión conectada	306
5. La Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual	308
5.1. Temas que regula la Ley General de la Comunicación Audiovisual	309
5.2. Derechos del público y derechos de los prestadores de servicios audiovisuales	310
5.2.1. El derecho del público a la diversidad cultural y lingüística: en realidad, una obligación de los prestadores audiovisuales para favorecerla	312
5.2.2. El derecho del público a la participación en el control de los contenidos audiovisuales	313
5.2.3. El derecho del prestador de servicios audiovisuales a la comunicación comercial, a los mensajes publicitarios y al emplazamiento de productos	314
5.2.4. El derecho a contratos de exclusiva en acontecimientos deportivos v. el derecho a la información del público	316
5.3. Se consolida la tendencia hacia la liberalización de la radio y televisión. Libre transmisión y arrendamiento de las licencias de servicio audiovisual	317
5.3.1. El servicio de comunicación audiovisual un servicio de interés general	317
5.3.2. Las licencias previas para los servicios de comunicación audiovisual por ondas herztzianas	318
5.3.3. Confirmada la posibilidad de los canales de TDT de pago para los concesionarios de una licencia de comunicación audiovisual	320
5.3.4. Permitidos los negocios sobre licencias de comunicación audiovisual	320
5.4. Un paso más en la reforma de la Radio y Televisión Públicas	320
5.5. 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)	323
5.6. Medidas para favorecer el pluralismo	323
5.7. La televisión en cadena se prohíbe salvo en un 25% del tiempo semanal	327

CAPÍTULO 14

ESTATUTO JURIDICO DE LA RADIO

1. De los Planes técnicos de finales de los 70 al abandono de la definición de la radio como servicio público esencial	327
1.1. La radio como servicio público esencial: los primeros Planes Técnicos	327
1.2. Las Comunidades Autónomas y los Ayuntamientos también pueden conceder licencias	328
1.3. El abandono de la definición de la radio como servicio público esencial	330
2. La liberalización de los servicios de difusión de radio por cable, desde 2006	330
3. La radio digital	332
4. La Ley 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual: la radio como servicio de interés general y el pluralismo en el mercado radiofónico	335
5. Otros aspectos de la actividad radiofónica	341

QUINTA PARTE
EL RÉGIMEN JURÍDICO DE LA PUBLICIDAD

CAPÍTULO 15
REGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD

1.	La publicidad: comunicación comercial	341
1.1.	<i>Unión Europea: la publicidad como comunicación comercial</i>	342
1.1.1.	<i>El Libro Verde sobre las Comunicaciones comerciales</i>	342
1.1.2.	<i>Directivas y Jurisprudencia europeas sobre las Comunicaciones comerciales</i>	343
1.2.	<i>En el sistema legal español la publicidad se regula dentro del ámbito de las actividades económicas</i>	344
1.3.	<i>El Tribunal Europeo de Derechos Humanos considera la publicidad como un aspecto más de la libertad de expresión</i>	346
2.	Fuentes legales de la actividad publicitaria en España	349
2.1.	<i>La Ley General de Publicidad 34/1988</i>	350
2.2.	<i>Ley 26/1984 de Defensa de los Consumidores y Usuarios</i>	350
2.3.	<i>Ley 3/1991 de Competencia Desleal</i>	350
3.	Publicidad ilícita	350
3.1.	<i>Publicidad prohibida</i>	350
3.2.	<i>Publicidad con condiciones: publicidad comparativa</i>	353
3.3.	<i>Publicidad limitada en función de los productos que se anuncian</i>	354
4.	La publicidad televisada: la Ley 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual ..	355
4.1.	<i>Emitir publicidad: un derecho de los prestadores de servicios audiovisuales que tiene límites</i>	355
4.2.	<i>Tiempo publicitario permitido</i>	356
4.3.	<i>Identificación de la comunicación comercial tanto en los mensajes publicitarios como en el patrocinio</i>	357
4.4.	<i>El emplazamiento de producto también es un derecho</i>	358
4.5.	<i>Las interrupciones publicitarias de la programación</i>	358
4.6.	<i>La televenta</i>	359
5.	Los contratos publicitarios	359
6.	Las acciones contra la publicidad ilícita	361
7.	La publicidad institucional y la publicidad electoral	361
7.1.	<i>Publicidad institucional: Ley 29/2005 de Publicidad y Comunicación Institucional.</i>	362
7.2.	<i>La regulación de la publicidad electoral</i>	363
8.	La autorregulación publicitaria	363