

ÍNDICE

ABREVIATURAS

CAPÍTULO I - PRECISIONES INTRODUCTORIAS

CAPÍTULO II - LA PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN LA VÍA PÚBLICA

- I. Regulación estatal
- II. Regulación autonómica. Cierta disparidad normativa

CAPÍTULO III - LA PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN LA RETRANSMISIÓN TELEVISIVA Y RADIOFÓNICA DE ACONTECIMIENTOS DEPORTIVOS

- I. Las retransmisiones televisivas y la publicidad de bebidas alcohólicas
- II. La publicidad radiofónica de bebidas alcohólicas cuando se retransmiten acontecimientos deportivos, particularmente partidos de fútbol

CAPÍTULO IV - LA PUBLICIDAD DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN PLATAFORMAS DIGITALES TELEVISIVAS Y EN REDES SOCIALES A TRAVÉS DE INFLUENCERS

- I. Los objetivos de la Directiva de 2018 de modificación de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual
- II. El régimen jurídico de la actual versión de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual para la publicidad de bebidas alcohólicas en plataformas digitales de televisión y en los vídeos realizados por los usuarios difundidos mediante redes sociales
- III. La necesidad de adaptación de la Ley General de Comunicación Audiovisual a la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual en su versión actual
- IV. Publicidad encubierta e influencers en redes sociales. El emplazamiento publicitario no permitido en redes sociales
 - 1. Influencers y publicidad encubierta en redes sociales
 - 2. El emplazamiento de producto o product placement en los vídeos generados por los propios usuarios difundidos en redes sociales a cambio de una remuneración o contraprestación similar

CAPÍTULO V - AUTORREGULACIÓN. CÓDIGOS DE CONDUCTA EN MATERIA DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS

- I. El sistema autorregulatorio publicitario y el carácter imperativo o no de los códigos de conducta

- II. La autorregulación en un sector tan estratégico como el audiovisual: la regulación en la Ley General de Comunicación Audiovisual
- III. El Código de Autorregulación Publicitaria de la Federación Española de Bebidas Espirituosas (FEBE)
- IV. El código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España
- V. Código de Comunicación Comercial del Vino (OIVE)
- VI. La autorregulación de la publicidad de bebidas alcohólicas en Estados Unidos
 - 1. El sistema de autorregulación publicitaria de bebidas alcohólicas estadounidense
 - 2. El Code of Responsible Practices for Beverage Alcohol Advertising and Marketing del Distilled Spirits Council of the United States, Inc.
 - 3. El Beer Institute Advertising and Marketing Code
 - 4. El Code of Advertising Standards de The Wine Institute

BIBLIOGRAFÍA

JURISPRUDENCIA

CÓDIGOS DE CONDUCTA

RESOLUCIONES DEL JURADO DE LA PUBLICIDAD DE AUTOCONTROL

RESOLUCIONES DE LA COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA

OTROS DOCUMENTOS