

## ÍNDICE

<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>9</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO 1</b>	
<b>CONSIDERACIONES INTRODUCTORIAS RELATIVAS AL DERECHO DE LA PUBLICIDAD</b>	<b>15</b>
1. Breve referencia histórica y antecedentes de la actividad publicitaria	15
2. Definición de publicidad	16
3. Sujetos partícipes de la actividad publicitaria	21
4. Mensaje publicitario	23
5. El medio en la publicidad	24
6. Normativa sobre publicidad	24
7. Publicidad comercial y competencia	27
8. Preguntas	27
<b>CAPÍTULO 2</b>	
<b>LÍNEAS DIRECTRICES DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA (SOBRE LOS PRINCIPIOS QUE RIGEN A LA PUBLICIDAD)</b>	<b>29</b>
1. Veracidad	30
2. Sustanciación previa	32
3. Legalidad	34

4. Leal competencia	41
5. Adecuación social	45
6. Autenticidad en materia publicitaria	50
7. Preguntas	64
<b>CAPÍTULO 3</b>	
<b>APLICACIÓN DE LA NORMATIVA DE COMPETENCIA DESLEAL EN RELACIÓN CON LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA</b>	65
1. Ámbito objetivo de aplicación	65
2. Ámbito subjetivo de aplicación	75
3. Ámbito de aplicación territorial	84
4. Problemática de la primacía de la realidad	87
5. Preguntas	91
<b>CAPÍTULO 4</b>	
<b>REGULACIÓN DE LOS ACTOS DE COMPETENCIA DESLEAL APLICABLE A LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA</b>	93
1. Sobre la llamada cláusula general	93
2. Cláusula general y apreciación objetiva	98
3. Aplicación de la cláusula - La discusión sobre su carácter residual	99
4. Preguntas	109
<b>CAPÍTULO 5</b>	
<b>REGULACIÓN DE LOS ACTOS DE COMPETENCIA DESLEAL APLICABLE A LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA (SEGUNDA PARTE)</b>	111
1. Actos que afectan la transparencia del mercado	111
2. Actos indebidos vinculados a la reputación de otro agente económico	129
3. Actividad publicitaria y actos que alteran de manera indebida la posición competitiva propia o ajena	142
4. Preguntas	144
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	145
<b>VOLÚMENES PUBLICADOS</b>	153