

María Jesús García Morales Professora de Dret Constitucional UB

■ Los servicios multimedia en Alemania: entre la telecomunicación y la radiotelevisión

En Alemania, dos disposiciones que entraron en vigor en agosto de 1997 pretenden establecer un régimen jurídico mínimo para los servicios multimedia. Por un lado, se desea proteger a los usuarios ante los peligros que suponen estos servicios en cuanto a la privacidad y los menores. Y, por otro lado, se quiere crear un marco jurídico seguro para los proveedores con el fin de estimular las inversiones.

■ Multimedia services in Germany: between telecommunication and radio and television broadcasting

Two regulations, which came into force in Germany in August 1997, aim to establish a basic legal system for multimedia services. On the one hand, the intention is to protect users from the dangers that such services present with regard to privacy and minors. And on the other, the objective is to create a secure legal framework for providers in order to stimulate investment.

■ Les services multimédia en Allemagne: entre la télécommunication et la radiotélévision

Deux dispositions entrées en vigueur en août 1997 en Allemagne visent à établir un cadre juridique minimum pour les services multimédia. L'objectif est double : d'une part, protéger les utilisateurs face aux dangers de ces services (invasion de la vie privée, mineurs) ; de l'autre, créer un cadre juridique sûr pour les fournisseurs afin de stimuler les investissements.

Els serveis multimèdia a Alemanya: entre la telecomunicació i la radiotelevisió

L'aparició de nous serveis de comunicació electrònica, com ara la telecompria, el teleshop o la premsa electrònica, representa també el sorgiment d'un tercer àmbit –el dels multimèdia– entre la telecomunicació, que tradicionalment encarna la comunicació individual, i la radiotelevisió, que és el mitjà més representatiu de la comunicació de masses. La República Federal Alemanya va aprovar l'any 1997 una normativa específica per a aquests serveis multimèdials. Es tracta de la Llei federal sobre teleserveis, de 22 de juliol de 1997 –que forma part de l'anomenada Llei sobre serveis d'informació i comunicació–, i del Conveni estatal dels Länder sobre serveis de mitjans de comunicació, de 20 de gener/12 de febrer de 1997.

Les dues disposicions, que van entrar en vigor alhora el dia 1 d'agost de 1997, pretenen establir un règim jurídic mínim dels serveis multimèdials amb una doble finalitat. D'una banda, s'ha perseguit protegir els usuaris davant dels perills que comporten aquests serveis pel que fa a la privacitat i als menors. Però, sens dubte, l'objectiu prioritari d'aquesta regulació ha estat crear un marc jurídic segur per als proveïdors d'aquests serveis a fi d'estimular-ne les inversions, tot aclarint extrems fins aleshores confusos, com ara la necessitat o no d'autorització per a la seva prestació, o l'eventual responsabilitat per la difusió de continguts problemàtics com són la pornografia infantil o les manifestacions xenòfobes.

D'aquesta manera, a Alemanya s'han hagut d'abordar els problemes materials que presenta la regulació d'aquests nous serveis, però també els seus problemes competencials, ja que és el primer país de l'àmbit europeu amb una estructura composta que ha iniciat la regulació d'aquesta mena de serveis. Certament, l'aprovació d'aquesta normativa nova ha estat precedida per una llarga controvèrsia competencial entre la Federació i els Länder sobre quina instància havia de regular tota aquesta qüestió, controvèrsia que ha marcat

profundament la regulació final.

A fi de no frenar el desenvolupament de la societat de la informació en aquest país, les dues parts van acordar acabar amb aquesta disputa amb una solució pragmàtica. D'una banda, la Federació regularia els serveis multimèdia adreçats a la comunicació individual (els anomenats teleserveis), a l'empara del seu títol sobre dret a l'economia, no de la seva competència sobre telecomunicació que només podia cobrir l'aspecte tècnic de la transmissió però no uns altres extrems materials del règim dels multimèdia. D'altra banda, junt amb això els Länder regularien els serveis multimèdia adreçats a la comunicació de masses (coneguts com a serveis de mitjans de comunicació), sobre la base de les seves competències en matèria de radiotelevisió i de mitjans de comunicació.

Aquesta dualitat de multimèdia ha servit, principalment, per traduir un determinat repartiment competencial entre la Federació i els Länder en aquest nou àmbit; i també ha servit, com veurem, per dissenyar un règim material dels dos serveis, gairebé idèntic, en matèria de llibertat d'accés o règim de responsabilitat dels proveïdors, però molt divers en altres extrems com ara els límits de publicitat o la protecció de la joventut en aquests serveis.

Teleservei i servei de mitjans de comunicació: dues categories noves de serveis multimèdia

La normativa sobre els multimèdia ha creat, doncs, dues categories noves en el dret alemany: d'una banda, els teleserveis que regula la Llei federal sobre teleserveis; i, d'una altra, els serveis de mitjans de comunicació, el règim dels quals es preveu en el Conveni estatal dels Länder sobre aquests mitjans.

Pel que fa als primers, l'esmentada Llei federal defineix els teleserveis com a aquells serveis multimèdia que es caracteritzen per l'ús individual de dades, signes, imatges i sons, que es transmeten mitjançant la telecomunicació(1). A tall d'exemple, la mateixa Llei enumera entre aquest tipus de serveis:

- El telebanc o l'intercanvi de dades
- Serveis de transmissió de dades, per exemple, sobre transit, meteorologia, mediambient o de borsa.
- Navegadors d'Internet o d'altres xarxes
- Telejocs
- La telecompra, però només en el cas que sigui

possible la interactivitat i fer-hi comandes directament.

Atès que es tracta de serveis que són comunicació privada, només s'ha considerat pertinent regular-ne la llibertat d'accés (per tant, la seva prestació està exempta d'autorització), un règim gradual de responsabilitat del proveïdor, basat en el principi de menys responsabilitat com menys relació hi hagi amb aspectes tècnics o del contingut del servei ofertat, i una obligació d'identificar-se en el cas d'ofertes multimèdia de caràcter comercial.

Per la seva part, el Conveni dels Länder sobre serveis de mitjans de comunicació defineix aquests serveis com a aquelles ofertes que s'adrecen a la generalitat en forma de text, so o imatge i que es transmeten mitjançant ones electromagnètiques(2). Dins d'aquesta categoria s'inclouen dos tipus de serveis multimèdia:

D'una banda, serveis de distribució, entre els quals hi ha la telecompra, la transmissió de dades (per exemple, valors de divises), o bé el teletext, el radiotext o altres serveis de text equiparables.

D'una altra banda, serveis sota demanda, com la premsa electrònica o el vídeo sota demanda, dels quals, tanmateix, se n'exclouen tant els telejocs com aquells serveis en què l'intercanvi de prestacions individual o la mera transmissió de dades apareixen en primer pla.

A diferència dels teleserveis, aquests casos s'orienten a la comunicació de masses ja que el destinatari és indeterminat. Precisament per això la seva regulació és més intensa. Els proveïdors de serveis de mitjans de comunicació també estan exempts d'autorització i tenen un règim de responsabilitat idèntic al previst per als teleserveis. Tot i així, aquells estan sotmesos a una obligació d'identificació en tots els casos i, a més, a exigències addicionals en relació amb el contingut de les ofertes que en bona part s'han importat del dret de la premsa. Així, en aquests serveis s'imposen una obligació de diligència sobre els continguts difosos, l'origen i la veracitat d'aquests, límits de publicitat, mesures de protecció de la joventut o instruments de protecció de drets de la personalitat, bàsicament per mitjà de la regulació del dret de rectificació en aquest tipus de serveis(3).

Aquestes dues categories de serveis multimèdia,

clares a primera vista, presenten a la pràctica nombrosos problemes de delimitació. La frontera entre la comunicació individual i la comunicació de masses és cada vegada menys nítida; i, per això, la incardinació d'un servei en una categoria o una altra és gairebé sempre difícil (per exemple, cal pensar en el cas de serveis d'Internet, com les pàgines web, en què unes vegades prima la presentació d'informacions al públic en general, mentre que unes altres, la comunicació individual ocupa el primer pla)(4). La normativa alemanya sobre els multimèdia no ha previst, però, vies per resoldre supòsits dubtosos, i d'aquí rau la dificultat de saber amb certesa quin és el règim jurídic aplicable a una activitat concreta, i no hem d'oblidar que una qualificació incorrecta es sanciona amb quantitats que poden arribar fins als 500.000 marcs(5).

Serveis multimèdia versus radiotelevisió

Després de l'aprovació de la normativa alemanya sobre els serveis multimèdia no solament cal discernir dins de quina de les dues categories que hem vist s'enquadra una oferta sinó que cal examinar, a més, quin és el criteri de distinció entre els serveis multimèdia i l'activitat de radiotelevisió.

La radiotelevisió és un dels mitjans de comunicació de masses per excel·lència. Per això, la seva delimitació davant dels teleserveis no presenta cap problema, ja que aquests constitueixen formes de comunicació individual. Tanmateix, hi ha altres ofertes multimèdia, els anomenats serveis de mitjans de comunicació, que a l'igual de la radiotelevisió s'adrecen a un nombre indeterminat de persones.

Tots dos casos s'inscriuen, doncs, dins de la comunicació de masses i, a més, des del punt de vista tècnic del procés de transmissió, tots dos utilitzen la telecomunicació. Aleshores, quina és la diferència entre la radiotelevisió i aquests serveis multimèdia? El criteri de distinció rau en el fet que un servei tingui més o menys rellevància per a la formació de l'opinió pública (6).

En el sistema alemany, d'acord amb el Conveni estatal dels Länder sobre radiotelevisió, només poden ser radiotelevisió aquelles emissions que s'adrecen a una generalitat, transmeses mitjançant telecomunicació, i que a més ofereixen tota mena de programes(7). Amb aquest últim requisit s'exigeix que

es tracti d'ofertes comunicatives aptes per a la formació de l'opinió pública, és a dir, amb rellevància publicística. Això enllaça amb l'especial posició de la radiotelevisió i la seva funció com a mitjà de comunicació de masses amb més penetració, que ha de garantir, per tant, un procés de lliure formació de l'opinió pública i individual. Per determinar quins programes contribueixen a aquest procés, el contingut d'aquests no té gaire importància, ja que, segons la jurisprudència constitucional alemanya, poden tenir rellevància publicística programes informatius, culturals o fins i tot d'entreteniment. Tot i així, per contribuir a la formació de l'opinió pública, la immensa sèrie d'esdeveniments que es produeixen s'han de preparar i presentar com un producte dirigit al receptor(8).

D'aquesta manera, en el sistema alemany són radiotelevisió les emissions tradicionals de caràcter generalista, però també noves formes radiotelevisives com la televisió temàtica, o bé la televisió codificada o de pagament (tant en la modalitat de pay-per-channel com en la de pay-per-view). En els dos casos el destinatari és indeterminat, i es considera que aquestes dues ofertes tenen rellevància publicística, independentment que els continguts siguin temàticament semblants en el primer cas, o que l'emissió exigeixi un pagament previ del receptor, en el segon. Aquestes noves formes radiotelevisives també cauen, per tant, dins de l'àmbit del Conveni estatal dels Länder sobre radiotelevisió i, consegüentment, se'ls aplica l'intens règim jurídic previst per a aquest mitjà, que exigeix, per exemple, una autorització prèvia per als operadors privats o tot de mesures per garantir-ne el pluralisme(9).

A diferència de la radiotelevisió, els serveis de mitjans de comunicació són ofertes comunicatives que tenen una rellevància escassa o nul·la en la formació de l'opinió pública. Justament per això, el Conveni dels Länder sobre serveis de mitjans de comunicació, quan defineix aquests serveis multimèdia, no exigeix l'emissió de tot tipus de programes. Aquesta rellevància publicística inferior o nul·la justifica que aquests serveis se sotmeten a uns requisits menys rigorosos que la radiotelevisió: així, no cal autorització per a la seva prestació ni altres mesures de pluralisme similars a les previstes per a aquella.

Bàsicament, els serveis de mitjans de comunicació

són ofertes que no estan destinades o no són apropiades per a la formació de l'opinió pública, ja que es tracta d'informacions aïllades que no s'inclouen en una oferta de comunicació més àmplia, com ara la transmissió d'un catàleg de compra o de dades numèriques sobre valors de divises. En canvi, hi ha altres serveis de mitjans de comunicació que sí que poden contribuir a la formació de l'opinió pública, encara que no gaire, com és el cas del teletext. Aquest servei presenta una oferta comunicativa variada en què s'inclouen notícies diverses, avenços de programació, resums de premsa o informacions meteorològiques. Tanmateix, es considera un servei de comunicació –i no radiotelevisió– perquè com que no hi ha imatges en moviment, la seva capacitat per captar receptors i la seva rellevància en la formació de l'opinió pública són més aviat reduïdes(10).

En la pràctica, però, la delimitació entre serveis de radiotelevisió i serveis de mitjans de comunicació no és senzilla. Això és degut al fet que el Conveni estatal dels Länder sobre radiotelevisió ha introduït també l'existència de serveis de mitjans de comunicació que necessiten autorització. D'aquesta manera, hi ha dos tipus de serveis de mitjans de comunicació: d'una banda, serveis de mitjans exempts d'autorització sotmesos al Conveni estatal sobre aquesta mena de serveis (regla general) i, d'una altra, serveis de mitjans sotmesos a autorització prèvia, que cauen dins de l'àmbit d'aplicació del Conveni estatal sobre radiotelevisió (supòsit excepcional).

Aquest últim cas es produeix si la *Landesmedienanstalt* corresponent, d'acord amb totes les altres *Landesmedienanstalt*, estima que aquest servei és radiotelevisió(11). En aquest cas, el proveïdor ha de sol·licitar l'autorització corresponent dins dels sis mesos següents o bé modificar en aquest mateix termini el servei de comunicació perquè no sigui qualificat com a radiotelevisió.

No és fàcil saber quins serveis incorren dins d'aquesta excepció. Més aviat sembla que aquest supòsit especial està pensat per a serveis de mitjans de comunicació que són molt semblants a la radiotelevisió tradicional. En aquest cas es podrien trobar, d'una banda, serveis de telecompra, sempre que aquests formin part d'una oferta de programació més àmplia (per exemple, junt amb altres elements

d'entreteniment)(12); o bé, la televisió i la ràdio per Internet, si bé en aquest últim cas se sol negar que aquests serveis puguin ser radiotelevisió mentre la qualitat tècnica d'aquestes emissions no sigui comparable –i de moment no ho és– a la qualitat de so i d'imatge que ofereix la radiotelevisió tradicional(13).

Tanmateix, la regulació alemanya permet que el proveïdor d'aquests serveis multimèdia pugui tenir la certesa absoluta que els seus serveis no són radiotelevisió. Per a això, aquest es pot adreçar a la *Landesmedienanstalt* competent i sol·licitar una certificació en la qual es confirmi que està exempt d'autorització. Aquesta certificació (coneguda com a *Unbedenklichkeitsbescheinigung*) pot esdevenir un mitjà de delimitació entre serveis multimèdia i radiotelevisió. Si no s'obté aquest document, caldrà esperar que, per via judicial, es fixin alguns criteris de distinció.

Rellevància publicística del servei

De moment, en el primer cas en què els tribunals ordinaris alemanys han abordat d'una manera clara la delimitació entre serveis de mitjans de comunicació i radiotelevisió, s'ha atès a la rellevància publicística del servei, en funció de si l'oferta es presenta de forma aïllada o com a part d'una gamma de comunicació més àmplia.

En concret, es tracta de la sentència del Tribunal administratiu de Stuttgart, de 24 de setembre de 1997, que resol un recurs interposat per una operadora de programes de telecompra contra la decisió de la *Landesmedienanstalt* de Baden-Württemberg, que no va adjudicar a aquesta operadora un canal de cable destinat a l'assaig de serveis de mitjans de comunicació. Aquest refusament es va justificar dient que els serveis ofertats eren radiotelevisió i no un servei multimèdia de telecompra (en concret, no era un servei de mitjans de comunicació). El tribunal va reconèixer la competència i l'ampli marge de valoració que tenen les *Landesmedienanstalten* per qualificar un servei, i va ratificar la decisió impugnada. A aquest efecte, va examinar la configuració concreta de l'oferta i va argumentar que es tractava de radiotelevisió, ja que no es referia de manera exclusiva i directa a mercaderies i prestacions de serveis perquè no renunciava a elements addicionals d'entreteniment, ni

a continguts periodístics que són apropiats per a la formació de l'opinió pública(14).

Perspectives i algunes propostes

Després de l'aprovació de la nova normativa sobre serveis multimèdia, en el sistema alemany cal parlar de tres serveis de comunicació: la radiotelevisió, que representa el grau més alt d'influència en la formació de l'opinió pública; els serveis de mitjans de comunicació amb escassa rellevància publicística; i els teleserveis de comunicació individual.

Cadascun d'aquests serveis té un règim jurídic diferenciat. La classificació d'aquests serveis pot ser, però, una tasca difícil. A la pràctica són molt habituals i nombrosos els problemes de delimitació. La incorrecta qualificació d'un servei implica la seva prestació sota un règim que en realitat no li correspon i, consegüentment, quantioses multes per als proveïdors. Per això, després de més d'un any i mig de vigència, la normativa alemanya sobre els multimèdia no ha assolit plenament un dels seus objectius primordials: crear un marc jurídic segur per als empresaris d'aquest sector.

D'una banda, són molt pocs els serveis multimèdia que poden clarament qualificar-se com a teleservei o com a servei de mitjans de comunicació, ja que molts d'aquests serveis presenten simultàniament elements de comunicació individual i de masses. Tot i que aquesta dualitat de serveis multimèdia és respectuosa amb la distribució de competències entre la Federació i els *Länder*, ha introduït uns problemes enormes de delimitació entre les dues categories per als quals la normativa alemanya no ha previst criteris de resolució. A fi de solucionar aquesta situació, últimament s'ha proposat la creació d'una mena de comissió d'arbitratge, composta de forma paritària per la Federació i els *Länder*, que podria resoldre, en casos dubtosos, si un servei multimedial és teleservei o servei de mitjans de comunicació(15).

D'altra banda, la distinció entre multimèdia (en concret, serveis de mitjans de comunicació) i radiotelevisió és complexa. El Conveni estatal sobre radiotelevisió ha ampliat el seu àmbit d'aplicació a alguns d'aquests serveis multimèdia, però sense especificar-ne quins, de manera que ha encetat un nou problema de delimitació entre aquests serveis i

radiotelevisió. La certificació d'una *Landesmedienanstalt* que eximeix un servei multimèdia d'autorització es pot convertir, com ja hem apuntat, en una important via de distinció en aquests casos. Si això no es dona, els proveïdors han de suportar l'ampli marge que aquestes instàncies tenen per qualificar un servei. En aquesta operació sembla que el grau de rellevància d'un servei en la formació de l'opinió pública, sobretot en els casos de telecompra, es pot perfilar com un criteri sòlid de distinció. En qualsevol cas, es tracta d'un tema obert. Per això caldrà esperar que les *Landesmedienanstalten* i, en últim terme, els tribunals vagin consolidant criteris, per bé que d'una forma lenta i amb costos importants per als operadors. **M-J. G.M.**

Notes:

- (1) Article 2.1 de la Llei sobre teleserveis.
- (2) Article 2.1 del Conveni estatal dels *Länder* sobre serveis de mitjans de comunicació.
- (3) Sobre el règim d'aquests serveis, es poden consultar amb caràcter general, entre d'altres, S. ENGEL-FLEXHING, F.A. MAENNEL, A. TETTENBORN, «Das neue Informations- und Kommunikationsdienstengesetz», *Neue Juristische Wochenschrift*, 1997, núm. 45, pàg. 2984-2988. G. GOUNALAKIS, «Der Mediendienste-Staatsvertrag der Länder», *ibídem*, pàg. 2993-3000. Per a un tractament més exhaustiu, vegeu B. HOLZNAGEL, «Rundfunk-, Medien- und Teledienste: Abgrenzung, Anbieterpflichten und Aufsichtsstrukturen» (manuscrit), pàg. 31 i següents, pròximament A T.HOEREN, U. SIEBER (Eds.), *Handbuch Multimediarecht*, Beck, München, 1999.
- 4 Respecte als problemes de delimitació entre els diferents serveis multimèdia vegeu B. HOLZNAGEL, «Rundfunk-, Medien- und Teledienste», *op.cit.*, pàg. 28-29; i G. GOUNALAKIS, L. RHODE, «Elektronische Kommunikationsangebote zwischen Telediensten, Mediendiensten und Rundfunk», *Computer und Recht*, 1998, núm. 8, pàg. 488-491.
- (5) Es poden trobar alguns criteris doctrinals per proporcionar a l'operador més seguretat, com per exemple una aplicació de la normativa dels *Länder* quant a regulació més rigorosa que la prevista per la Llei federal, A F. BÖRNER, «Broadcast goes Online - welches Recht ist anwendbar?», *Kommunikation & Recht*, 1998, núm. 8, pàg. 347.
- (6) Sobre la distinció entre servei de mitjans de comunicació i radiotelevisió, es poden consultar, entre d'altres, B. HOLZNAGEL, «Rundfunk-, Medien- und Teledienste», *op.cit.*, pàg. 18-20, i G. GOUNALAKIS, L. RHODE, *op.cit.*, pàg. 491-492.

(7) Article 2.1 del Conveni estatal dels *Länder* sobre radiotelevisió.

(8) Sobre aquest requisit, vegeu en especial, H.D. JARASS, «Rundfunkbegriffe im Zeitalter des Internets», *Archiv für Presserecht*, 1998, núm. 2, pàg. 134-136. En general, sobre els elements del concepte de radiotelevisió a Alemanya es pot consultar M. SALVADOR, *La libertad de la Televisión. El modelo alemán*, Cedecs, Barcelona, 1998, pàg. 78 seg.

(9) Tant la televisió de pagament com la televisió temàtica es troben recollides en el Conveni estatal sobre radiotelevisió (art. 2.1 i 2.2). En canvi, aquest no regula d'una manera específica la televisió digital. Aquesta també seria radiotelevisió, ja que la jurisprudència constitucional alemanya ha assenyalat que la radiotelevisió no està enllaçada amb una determinada tècnica de transmissió. A Alemanya, les emissions de televisió digital s'han anat produint en forma de projectes pilot a partir de disposicions de prova: per exemple, a Renània del Nord-Westfalia la base jurídica ha estat un Reglament de prova (*Medienversuchverordnung*), aprovat el novembre de 1996. Es poden trobar més detalls a B. HOLZNAGEL, «Rechtliche Rahmenbedingungen des digitalen Fernsehens», A H. PRÜTTING (i d'altres), *Die Zukunft der Medien hat schon begonnen- Rechtlicher Rahmen und neue Teledienste im Digitalzeitalter*, Beck, München, 1998, pàg. 38, 41-43. A fi d'aclarir el règim dels nous serveis digitals de televisió, s'ha reclamat un Conveni estatal entre *Länder* específic per a la televisió digital, vegeu sobre això F. BÖRNER, «Broadcast goes Online - welches Recht ist anwendbar?», *Kommunikation & Recht*, 1998, núm. 8, pàg. 346. l'atorgament d'una autorització.

(10) El teletext va ser considerat radiotelevisió fins que es va aprovar el Conveni estatal dels *Länder* sobre serveis de mitjans de comunicació (vegeu article 22.a) del Conveni esmentat). Sobre la seva nova qualificació com a servei multimèdia, en concret com a servei de mitjans de comunicació, es pot consultar R. HOCHSTEIN, «Teledienste, Mediendienste und Rundfunkbegriff - Anmerkungen zur praktischen Abgrenzung multimedialer Erscheinungsformen», *Neue Juristische Wochenschrift*, 1997, núm. 45, pàg. 2979.

(11) Aquesta excepció es preveu en l'article 20.2 del Conveni estatal dels *Länder* sobre radiotelevisió, precepte que es va introduir després de la tercera, i de moment última, modificació i que va entrar en vigor l'1 de gener de 1997. Les *Landesmedienanstalten* són organismes de dret públic creats en cada *Land* que, entre altres moltes funcions, controlen l'accés dels operadors privats de radiotelevisió mitjançant l'atorgament d'una autorització.

(12) Vegeu B. HOLZNAGEL, «Rundfunk-, Medien- und Teledienste», op.cit., pàg. 20; F. BÖRNER, op.cit. pàg. 347.

(13) En aquest sentit, vegeu H.D. JARASS, op.cit., pàg. 141; B. HOLZNAGEL, «Rundfunk-, Medien- und Teledienste», op.cit., pàg. 20.

(14) El text d'aquesta sentència es troba parcialment reproduït a «VG Stuttgart: Abgrenzung Rundfunk/Mediendienst beim Teleshopping», *Multimedia und Recht*, 1998, núm. 6, pag. 322 seg.

(15) Es tracta d'anar confeccionant una llista que serà permanentment utilitzada. En aquest sentit, vegeu, per exemple, B. HOLZNAGEL, «Rundfunk-, Medien-, und Teledienste», op.cit, pàg 30.