

[PORTADA](#)[INFORMACIÓN GENERAL](#)[CONSEJO EDITORIAL](#)[ENVÍO DE ORIGINALES](#)[NÚMEROS ANTERIORES](#)[INDEXACIÓN BASES DE DATOS](#)[CREATIVE COMMONS](#)[BÚSQUEDAS](#)[CONTACTO](#)[Google](#) DENTRO DE C&S

OK

[Reseña /](#)

EULALIA AMAT

El Derecho a la propia imagen y su valor publicitario.

Distribuciones de la Ley, Madrid, 1992.

EULALIA AMAT El Derecho a la propia imagen y su valor publicitario. Distribuciones de la Ley, Madrid, 1992.

Es especialmente oportuna la publicación del libro de Eulalia Amat, cuando se cumplen diez años de la Ley de Protección Civil del derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen. La autora, profesora de Derecho Civil de la Universidad Autónoma de Barcelona, aborda el estudio del derecho a la propia imagen desde uno de sus elementos más característicos – y por esto diferenciador del derecho a la intimidad y al honor – : el valor comercial de la imagen. La estructura de su trabajo no puede ser más sencilla – una primera parte de reflexión doctrinal sobre los aspectos patrimoniales de la propia imagen, y una segunda de recopilación de sentencias –, ni su aportación más clara: es necesario distinguir el derecho a la propia imagen del derecho a la intimidad para dar con su regulación jurídica óptima. Sin embargo, Amat defiende algunos planteamientos que, cuando menos, son matizables. Se trata, entre otros, de la consideración de que no es posible la revocación del consentimiento dado en los casos de contrato; y de que el derecho a la propia imagen en su vertiente comercial es un derecho de propiedad.

ANA AZURMENDI

Ana AZURMENDIaazur@unav.es[arriba](#)