

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	13
ABREVIATURAS	21
Capítulo I. Aspectos constitucionales del Derecho de la comunicación	25
I. INTRODUCCIÓN: LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y SUS LÍMITES CONSTITUCIONALES	26
II. LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN COMO DERECHOS FUNDAMENTALES.	29
1. <i>Las libertades de información y de expresión, su titularidad y su relevancia jurídica</i>	29
2. <i>El distinto objeto de la libertad de expresión y la libertad de información</i>	30
3. <i>La dimensión institucional u objetiva de la libertad de expresión y de la libertad de información. La teoría de la prevalencia de la libertad de información</i>	31
4. <i>Las garantías de la libertad de expresión y de la libertad de información como derechos constitucionales.</i>	32
5. <i>El derecho de acceso a la información pública y su entronque con la libertad de información.</i>	34
III. LOS REQUISITOS CONSTITUCIONALES DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN	35
1. <i>La exigencia de veracidad, la teoría del reportaje neutral y el derecho de rectificación</i>	35
2. <i>La relevancia pública de la información.</i>	41
IV. LA PROHIBICIÓN DE LA CENSURA PREVIA Y EL SECUESTRO DE LAS PUBLICACIONES	42
1. <i>La prohibición de censura previa</i>	42
2. <i>El secuestro judicial de las publicaciones</i>	44

V.	LA TITULARIDAD DE LOS DERECHOS A LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y EXPRESIÓN Y LA ESPECIAL PROTECCIÓN DE LOS PROFESIONALES DE LA INFORMACIÓN: LA CLÁUSULA DE CONCIENCIA Y EL SECRETO PROFESIONAL	46
1.	<i>La titularidad de los derechos a la libertad de información y de expresión.</i>	46
2.	<i>La cláusula de conciencia de los periodistas.</i>	48
3.	<i>El secreto profesional.</i>	50
VI.	EL CONFLICTO DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN CON BIENES PÚBLICOS: LOS SECRETOS OFICIALES Y EL SECRETO DE SUMARIO	53
1.	<i>Los secretos oficiales.</i>	53
2.	<i>El secreto de sumario.</i>	55
VII.	EL CONFLICTO DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN CON OTROS DERECHOS FUNDAMENTALES: EL CONCEPTO JURÍDICO DE HONOR, INTIMIDAD Y PROPIA IMAGEN	57
1.	<i>El derecho al honor, las especialidades de su titularidad y su protección penal.</i>	57
2.	<i>El derecho a la intimidad.</i>	66
3.	<i>El derecho a la propia imagen.</i>	68
4.	<i>El valor del consentimiento en las informaciones que afecten a la intimidad o a la propia imagen.</i>	70
5.	<i>El contenido de la tutela civil de los derechos al honor, a la intimidad y la propia imagen.</i>	71
6.	<i>El derecho a la protección de datos y su entronque con los derechos al honor, a la intimidad y la propia imagen.</i>	72
7.	<i>La protección de la juventud y de la infancia.</i>	75
VIII.	LOS DERECHOS CONSTITUCIONALES EN JUEGO EN LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA Y SU PROTECCIÓN LEGAL	77
1.	<i>Límites a la actividad publicitaria basados en la veracidad y reconocibilidad del mensaje publicitario.</i>	79
2.	<i>Límites a la publicidad basados en la protección de la dignidad o los derechos de determinados colectivos más desprotegidos.</i>	80
3.	<i>Límites basados en la protección de la salud y la seguridad de los consumidores y usuarios frente a la publicidad de determinados productos.</i>	82

Capítulo II. Prensa	85
I. INTRODUCCIÓN: UN MEDIO SIN REGULACIÓN LEGAL	85
II. LA LEY DE PRENSA: LA FIGURA DEL DIRECTOR Y EL RÉGIMEN DE RESPONSABILIDAD JURÍDICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESA	88
III. LA AUTORREGULACIÓN EN LA PRENSA ESCRITA	90
Capítulo III. Radio y televisión (I). Aspectos generales ...	93
I. INTRODUCCIÓN: UN ESCENARIO EN PERMANENTE EVOLUCIÓN NORMATIVA CON MÚLTIPLES ACTORES E INTERESES IMPLICADOS ..	93
II. REPARTO DE COMPETENCIAS	94
III. DESARROLLO NORMATIVO.	96
1. <i>La progresiva liberalización de los servicios de comunicación audiovisual en España.</i>	96
2. <i>La regulación de los contenidos</i>	99
3. <i>La autorregulación</i>	101
IV. OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN	104
1. <i>Objeto</i>	104
2. <i>Ámbito de aplicación.</i>	104
V. LA APLICACIÓN DE LA NORMATIVA AUDIOVISUAL. LAS AUTORIDADES INDEPENDIENTES DE REGULACIÓN.	109
VI. EL RÉGIMEN SANCIONADOR	112
Capítulo IV. Radio y televisión (II). Modalidades de prestación	117
I. INTRODUCCIÓN: PÚBLICO Y PRIVADO EN EL «MERCADO» DE LA RADIO Y TELEVISIÓN	117
II. RÉGIMEN JURÍDICO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL POR OPERADORES PRIVADOS	119
1. <i>Los servicios de comunicación audiovisual como servicios de interés general. La importancia del marco jurídico europeo.</i>	119
2. <i>El acceso a la prestación de servicios de comunicación audiovisual en la LGCA: la necesaria existencia de título habilitante e inscripción registral</i>	122
3. <i>El régimen de las licencias</i>	124
4. <i>El régimen de las comunicaciones previas</i>	129
5. <i>Reglas de pluralismo.</i>	130

6. <i>Los servicios de comunicación audiovisual sin ánimo de lucro y la televisión de proximidad</i>	133
III. LOS PRESTADORES PÚBLICOS DEL SERVICIO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	135
1. <i>Objeto y ámbito de cobertura</i>	135
2. <i>Aspectos organizativos</i>	136
3. <i>Obligaciones, límites y control del funcionamiento</i>	139
4. <i>Financiación</i>	141
Capítulo V. Radio y televisión (III). Regulación de contenidos .	145
I. INTRODUCCIÓN: LA NECESIDAD DE REGULAR LOS CONTENIDOS PARA COMPATIBILIZAR LAS LIBERTADES INDIVIDUALES Y LOS DERECHOS, BIENES Y VALORES COLECTIVOS.	145
II. EL EJERCICIO DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y DE EXPRESIÓN Y EL PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL Y CULTURAL EN RADIO Y TELEVISIÓN.	148
III. EL DERECHO A LA DIVERSIDAD CULTURAL Y LINGÜÍSTICA	150
1. <i>La protección de la obra europea: aspectos generales</i>	150
2. <i>La reserva de un porcentaje del tiempo de emisión de obra europea o «cuota de pantalla»</i>	153
3. <i>La obligación de contribuir anualmente a la financiación de la producción de obra europea</i>	154
IV. EL DERECHO A UNA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL TRANSPARENTE	157
1. <i>El derecho a conocer la identidad de los prestadores</i>	158
2. <i>El derecho a conocer la programación televisiva con suficiente antelación</i>	158
V. LOS DERECHOS DEL MENOR	160
1. <i>La protección del menor como sujeto y objeto de la información</i> .	161
2. <i>La protección frente a los contenidos</i>	162
3. <i>La protección frente a las comunicaciones comerciales</i>	167
VI. LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD.	169
VII. LAS COMUNICACIONES COMERCIALES	170
1. <i>El derecho a emitir comunicaciones comerciales y a crear canales dedicados a la emisión de publicidad y telementa</i>	170
2. <i>La separación entre publicidad y contenidos. En especial, el régimen del patrocinio y del emplazamiento de productos</i>	172

3.	<i>Límites temporales de la publicidad y la televenta, momentos de interrupción de los programas y condiciones de emisión</i>	175
4.	<i>Comunicaciones comerciales prohibidas</i>	181
5.	<i>Infracciones y sanciones en materia publicitaria.</i>	183
VIII.	LAS EMISIONES DEPORTIVAS	184
Capítulo VI.	Internet	193
I.	INTRODUCCIÓN; DERECHO, INTERNET Y COMUNICACIÓN	193
II.	LA CONVERGENCIA DE REGULADORES EN LA ORDENACIÓN DE LA RED	196
1.	<i>Pautas internacionales sobre regulación de la Red.</i>	196
2.	<i>Competencias sobre Internet y regulación referida a la infraestructura de telecomunicaciones</i>	199
3.	<i>Especificidades de la regulación de actividades y servicios desarrollados en Internet</i>	201
III.	LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y DE CREACIÓN DE EMPRESAS COMUNICATIVAS EN INTERNET	202
1.	<i>Libre creación de medios de comunicación en la Red.</i>	202
2.	<i>Libertad de expresión e información en Internet e implicaciones constitucionales</i>	204
3.	<i>Derechos constitucionales del público e informadores y comunicación en Internet</i>	205
IV.	LOS CONTENIDOS EN INTERNET	210
1.	<i>El perímetro constitucional de la libertad de expresión en Internet y el «derecho al olvido».</i>	210
2.	<i>Responsabilidad por contenidos de terceros en Internet.</i>	214
3.	<i>Regulación y control de la publicidad en Internet</i>	217
Capítulo VII.	Cine	219
I.	INTRODUCCIÓN: LA REALIDAD DEL CINE	219
II.	RÉGIMEN JURÍDICO	222
1.	<i>El contexto internacional</i>	222
2.	<i>La dimensión europea</i>	223
3.	<i>El Estado y las Comunidades Autónomas</i>	226
4.	<i>La dimensión local</i>	229
III.	ORGANIZACIÓN.	231

IV. MEDIDAS DE ORDENACIÓN: CALIFICACIÓN, REGISTRO, RÉGIMEN DE LAS SALAS DE EXHIBICIÓN, RÉGIMEN SANCIONADOR	232
1. <i>La calificación</i>	232
2. <i>Los registros</i>	236
3. <i>Las salas de exhibición</i>	237
4. <i>Régimen sancionador</i>	241
V. MEDIDAS DE FOMENTO: AYUDAS PÚBLICAS Y CUOTAS DE PANTALLA	241
1. <i>Los diferentes tipos de ayudas económicas</i>	242
2. <i>Las cuotas de pantalla</i>	248
Capítulo VIII. Derechos de autor en el ámbito comunicativo	251
I. INTRODUCCIÓN: LA PROTECCIÓN JURÍDICA DE LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA Y AUDIOVISUAL EN LA ERA DE INTERNET	251
II. REPARTO COMPETENCIAL Y EVOLUCIÓN NORMATIVA	256
III. EL ÁMBITO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL	258
1. <i>Consideraciones generales sobre el reconocimiento jurídico de la autoría</i>	258
2. <i>Autoría individual y colectiva: particularidades de la creación periodística y audiovisual</i>	260
IV. DERECHOS LEGALES DE LOS AUTORES.	263
1. <i>Derechos morales</i>	264
2. <i>Derechos patrimoniales</i>	265
3. <i>Excepciones legales</i>	270
4. <i>Cánones</i>	272
5. <i>Derechos de «cuasiautoría»</i>	275
V. LA GESTIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL A TRAVÉS DE ENTIDADES COLECTIVAS	276
VI. LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL: EL REGISTRO Y LA TUTELA CIVIL, ADMINISTRATIVA Y PENAL DE LOS DERECHOS DE AUTOR	280
1. <i>El Registro de la Propiedad Intelectual</i>	281
2. <i>La tutela civil de la propiedad intelectual</i>	281
3. <i>La represión penal de violaciones de la propiedad intelectual</i>	282
4. <i>La Ley Sinde y la tutela administrativa a través de la Comisión de Propiedad Intelectual</i>	284
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA	289