

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	13
ABREVIATURAS	19
Capítulo I. Aspectos constitucionales del Derecho de la comunicación	23
I. INTRODUCCIÓN: LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y SUS LÍMITES CONSTITUCIONALES	24
II. LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN COMO DERECHOS FUNDAMENTALES	27
1. <i>Las libertades de información y de expresión, su titularidad y su relevancia jurídica</i>	<i>27</i>
2. <i>El distinto objeto de la libertad de expresión y la libertad de información</i>	<i>28</i>
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>	<i>29</i>
4. <i>Las garantías de la libertad de expresión y de la libertad de información como derechos constitucionales.</i>	<i>30</i>
5. <i>El derecho de acceso a la información pública y su entronque con la libertad de información</i>	<i>31</i>
III. LOS REQUISITOS CONSTITUCIONALES DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN	33
1. <i>La exigencia de veracidad, la teoría del reportaje neutral y el derecho de rectificación</i>	<i>33</i>
2. <i>La relevancia pública de la información</i>	<i>39</i>
IV. LA PROHIBICIÓN DE LA CENSURA PREVIA Y EL SECUESTRO DE LAS PUBLICACIONES	40
1. <i>La prohibición de censura previa</i>	<i>40</i>
2. <i>El secuestro judicial de las publicaciones</i>	<i>41</i>

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	44
1.	<i>La titularidad de los derechos a la libertad de información y de expresión</i>	44
2.	<i>La cláusula de conciencia de los periodistas</i>	45
3.	<i>El secreto profesional</i>	47
VI.	EL CONFLICTO DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN CON BIENES PÚBLICOS: LOS SECRETOS OFICIALES Y EL SECRETO DE SUMARIO	50
1.	<i>Los secretos oficiales</i>	50
2.	<i>El secreto de sumario</i>	52
VII.	EL CONFLICTO DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN CON OTROS DERECHOS FUNDAMENTALES: EL CONCEPTO JURÍDICO DE HONOR, INTIMIDAD Y PROPIA IMAGEN	54
1.	<i>El derecho al honor, las especialidades de su titularidad y su protección penal</i>	55
2.	<i>El derecho a la intimidad</i>	63
3.	<i>El derecho a la propia imagen</i>	66
4.	<i>El valor del consentimiento en las informaciones que afecten a la intimidad o a la propia imagen</i>	67
5.	<i>El contenido de la tutela civil de los derechos al honor, a la intimidad y la propia imagen</i>	68
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>	69
7.	<i>La protección de la juventud y de la infancia</i>	72
VIII.	LOS DERECHOS CONSTITUCIONALES EN JUEGO EN LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA Y SU PROTECCIÓN LEGAL	74
1.	<i>Límites a la actividad publicitaria basados en la veracidad y reconocibilidad del mensaje publicitario</i>	76
2.	<i>Límites a la publicidad basados en la protección de la dignidad o los derechos de determinados colectivos más desprotegidos</i>	77
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>	79
	Capítulo II. Prensa	81
I.	INTRODUCCIÓN: UN MEDIO SIN REGULACIÓN LEGAL	81

II. LA LEY DE PRENSA: LA FIGURA DEL DIRECTOR Y EL RÉGIMEN DE RESPONSABILIDAD JURÍDICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESA	84
III. LA AUTORREGULACIÓN EN LA PRENSA ESCRITA	86
Capítulo III. Radio y televisión (I). Aspectos generales . . .	89
I. INTRODUCCIÓN: UN ESCENARIO CON MÚLTIPLES ACTORES EN PERMANENTE EVOLUCIÓN NORMATIVA	89
II. REPARTO DE COMPETENCIAS.	90
III. DESARROLLO NORMATIVO	92
1. <i>La progresiva liberalización de los servicios de comunicación audiovisual en España</i>	92
2. <i>La regulación de los contenidos</i>	95
3. <i>La autorregulación</i>	98
IV. OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN	100
1. <i>Objeto</i>	100
2. <i>Ámbito de aplicación</i>	100
V. LA APLICACIÓN DE LA NORMATIVA AUDIOVISUAL. LAS AUTORIDADES INDEPENDIENTES DE REGULACIÓN	104
VI. EL RÉGIMEN SANCIONADOR	107
Capítulo IV. Radio y televisión (II). Modalidades de prestación	111
I. INTRODUCCIÓN: PÚBLICO Y PRIVADO EN EL «MERCADO» DE LA RADIO Y TELEVISIÓN	111
II. RÉGIMEN JURÍDICO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL POR OPERADORES PRIVADOS	114
1. <i>Los servicios de comunicación audiovisual como servicios de interés general. La importancia del marco jurídico europeo</i>	114
2. <i>El acceso a la prestación de servicios de comunicación audiovisual en la LGCA</i>	116
3. <i>Modalidades de difusión</i>	124
4. <i>Emisiones en cadena</i>	127
5. <i>Obligaciones de must carry/must offer</i>	128
6. <i>Reglas de pluralismo</i>	129
7. <i>Los servicios de comunicación audiovisual sin ánimo de lucro y la televisión de proximidad</i>	131

III. LOS PRESTADORES PÚBLICOS DEL SERVICIO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	133
1. <i>Objeto y ámbito de cobertura</i>	133
2. <i>Aspectos organizativos</i>	135
3. <i>Obligaciones, límites y control del funcionamiento</i>	137
4. <i>Financiación</i>	142
Capítulo V. Radio y televisión (III). Regulación de contenidos	147
I. INTRODUCCIÓN: LA NECESIDAD DE REGULAR LOS CONTENIDOS PARA COMPATIBILIZAR LAS LIBERTADES INDIVIDUALES Y LOS DERECHOS, BIENES Y VALORES COLECTIVOS	147
II. EL EJERCICIO DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y DE EXPRESIÓN Y EL PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL Y CULTURAL EN RADIO Y TELEVISIÓN	150
III. EL DERECHO A LA DIVERSIDAD CULTURAL Y LINGÜÍSTICA	154
1. <i>La protección de la obra europea: aspectos generales</i>	154
2. <i>La reserva de un porcentaje del tiempo de emisión de obra europea o «cuota de pantalla»</i>	157
3. <i>La obligación de contribuir anualmente a la financiación de la producción de obra europea</i>	158
IV. EL DERECHO A UNA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL TRANSPARENTE	160
1. <i>El derecho a conocer la identidad de los prestadores</i>	161
2. <i>El derecho a conocer la programación televisiva con suficiente antelación</i>	161
V. LOS DERECHOS DEL MENOR	163
1. <i>La protección del menor como sujeto y objeto de la información</i>	164
2. <i>La protección frente a los contenidos</i>	165
3. <i>La protección frente a las comunicaciones comerciales</i>	171
VI. LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD	173
VII. LAS COMUNICACIONES COMERCIALES	175
1. <i>El derecho a emitir comunicaciones comerciales y a crear canales dedicados a la emisión de publicidad y televenta</i>	175
2. <i>La separación entre publicidad y contenidos. En especial, el régimen del patrocinio y del emplazamiento de productos</i>	176
3. <i>Límites temporales de la publicidad y la televenta, momentos de interrupción de los programas y condiciones de emisión</i>	180

4. Comunicaciones comerciales prohibidas	186
5. Infracciones y sanciones en materia publicitaria	189
VIII. LAS EMISIONES DEPORTIVAS	191
Capítulo VI. Internet	199
I. INTRODUCCIÓN: DERECHO, INTERNET Y COMUNICACIÓN	199
II. LA CONVERGENCIA DE REGULADORES EN LA ORDENACIÓN DE LA RED	201
1. Pautas internacionales sobre regulación de la Red	201
2. Competencias sobre Internet y regulación referida a la infraestructura de telecomunicaciones	204
3. Especificidades de la regulación de actividades y servicios desarrollados en Internet	206
III. LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y DE CREACIÓN DE EMPRESAS COMUNICATIVAS EN INTERNET	207
1. Libre creación de medios de comunicación en la Red	207
2. Libertad de expresión e información en Internet e implicaciones constitucionales	209
3. Derechos constitucionales del público e informadores y comunicación en Internet	210
IV. LOS CONTENIDOS EN INTERNET	215
1. El perímetro constitucional de la libertad de expresión en Internet y el «derecho al olvido»	215
2. Responsabilidad por contenidos de terceros en Internet	217
3. Regulación y control de la publicidad en Internet	219
Capítulo VII. Cine	221
I. INTRODUCCIÓN: LA REALIDAD DEL CINE	221
II. RÉGIMEN JURÍDICO	224
1. El contexto internacional	224
2. La dimensión europea	225
3. El Estado y las Comunidades Autónomas	228
4. La dimensión local	231
III. ORGANIZACIÓN	232
IV. MEDIDAS DE ORDENACIÓN: CALIFICACIÓN, REGISTRO, RÉGIMEN DE LAS SALAS DE EXHIBICIÓN, RÉGIMEN SANCIONADOR	235
1. La calificación	235

2. <i>Los registros</i>	238
3. <i>Las salas de exhibición</i>	239
4. <i>Régimen sancionador</i>	243
V. MEDIDAS DE FOMENTO: AYUDAS PÚBLICAS Y CUOTAS DE PANTALLA.	243
1. <i>Los diferentes tipos de ayudas económicas</i>	244
2. <i>Las cuotas de pantalla</i>	250
Capítulo VIII. Derechos de autor en el ámbito comunicativo.	253
I. INTRODUCCIÓN: LA PROTECCIÓN JURÍDICA DE LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA Y AUDIOVISUAL EN LA ERA DE INTERNET	253
II. REPARTO COMPETENCIAL Y EVOLUCIÓN NORMATIVA	258
III. EL ÁMBITO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL	260
1. <i>Consideraciones generales sobre el reconocimiento jurídico de la autoría</i>	260
2. <i>Autoría individual y colectiva: particularidades de la creación periodística y audiovisual</i>	262
IV. DERECHOS LEGALES DE LOS AUTORES	265
1. <i>Derechos morales</i>	265
2. <i>Derechos patrimoniales</i>	267
3. <i>Excepciones legales</i>	271
4. <i>Cánones</i>	274
5. <i>Derechos de «cuasiautoría»</i>	276
V. LA GESTIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL A TRAVÉS DE ENTIDADES COLECTIVAS	277
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>	282
3. <i>La represión penal de violaciones de la propiedad intelectual</i>	282
4. <i>La Ley Sínde y la tutela administrativa a través de la Comisión de Propiedad Intelectual</i>	284
BIBLIOGRAFÍA	289