

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>	43

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>	47
	3. <i>El secreto profesional.</i>	49
VI.	EL CONFLICTO DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN CON BIENES PÚBLICOS: LOS SECRETOS OFICIALES Y EL SECRETO DE SUMARIO . .	52
	1. <i>Los secretos oficiales</i>	52
	2. <i>El secreto de sumario</i>	54
VII.	EL CONFLICTO DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN CON OTROS DERECHOS FUNDAMENTALES: EL CONCEPTO JURÍDICO DE HONOR, INTIMIDAD Y PROPIA IMAGEN	56
	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>	65
	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>	69
	5. <i>El contenido de la tutela civil de los derechos al honor, a la intimidad y la propia imagen</i>	70
	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>	71
	7. <i>La protección de la juventud y de la infancia</i>	74
VIII.	LOS DERECHOS CONSTITUCIONALES EN JUEGO EN LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA Y SU PROTECCIÓN LEGAL	76
	1. <i>Límites a la actividad publicitaria basados en la veracidad y reconocibilidad del mensaje publicitario</i>	78
	2. <i>Límites a la publicidad basados en la protección de la dignidad o los derechos de determinados colectivos más desprotegidos</i> . . .	79
	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>	81

Capítulo II. Prensa	83
I. INTRODUCCIÓN: UN MEDIO SIN REGULACIÓN LEGAL	83
II. LA LEY DE PRENSA: LA FIGURA DEL DIRECTOR Y EL RÉGIMEN DE RESPONSABILIDAD JURÍDICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESA	86
III. LA AUTORREGULACIÓN EN LA PRENSA ESCRITA	88
Capítulo III. Radio y televisión (I). Aspectos generales ...	91
I. INTRODUCCIÓN: UN ESCENARIO EN PERMANENTE EVOLUCIÓN NORMATIVA CON MÚLTIPLES ACTORES E INTERESES IMPLICADOS ..	91
II. REPARTO DE COMPETENCIAS	92
III. DESARROLLO NORMATIVO	94
1. <i>La progresiva liberalización de los servicios de comunicación audiovisual en España.</i>	94
2. <i>La regulación de los contenidos</i>	97
3. <i>La autorregulación</i>	99
IV. OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN	102
1. <i>Objeto</i>	102
2. <i>Ámbito de aplicación.</i>	102
V. LA APLICACIÓN DE LA NORMATIVA AUDIOVISUAL. LAS AUTORIDADES INDEPENDIENTES DE REGULACIÓN	107
VI. EL RÉGIMEN SANCIONADOR	110
Capítulo IV. Radio y televisión (II). Modalidades de prestación	115
I. INTRODUCCIÓN: PÚBLICO Y PRIVADO EN EL «MERCADO» DE LA RADIO Y TELEVISIÓN	115
II. RÉGIMEN JURÍDICO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL POR OPERADORES PRIVADOS	117
1. <i>Los servicios de comunicación audiovisual como servicios de interés general. La importancia del marco jurídico europeo.</i>	117
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>	120
3. <i>El régimen de las licencias</i>	122
4. <i>El régimen de las comunicaciones previas</i>	127
5. <i>Reglas de pluralismo.</i>	128

6.	<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>	134
3.	<i>Obligaciones, límites y control del funcionamiento.</i>	136
4.	<i>Financiación</i>	139
Capítulo V.	Radio y televisión (III). Regulación de contenidos .	143
I.	INTRODUCCIÓN: LA NECESIDAD DE REGULAR LOS CONTENIDOS PARA COMPATIBILIZAR LAS LIBERTADES INDIVIDUALES Y LOS DERECHOS, BIENES Y VALORES COLECTIVOS.	143
II.	EL EJERCICIO DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y DE EXPRESIÓN Y EL PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL Y CULTURAL EN RADIO Y TELEVISIÓN.	146
III.	EL DERECHO A LA DIVERSIDAD CULTURAL Y LINGÜÍSTICA	148
1.	<i>La protección de la obra europea: aspectos generales.</i>	148
2.	<i>La reserva de un porcentaje del tiempo de emisión de obra europea o «cuota de pantalla»</i>	151
3.	<i>La obligación de contribuir anualmente a la financiación de la producción de obra europea.</i>	152
IV.	EL DERECHO A UNA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL TRANSPARENTE	155
1.	<i>El derecho a conocer la identidad de los prestadores</i>	155
2.	<i>El derecho a conocer la programación televisiva con suficiente antelación</i>	156
V.	LOS DERECHOS DEL MENOR	158
1.	<i>La protección del menor como sujeto y objeto de la información</i>	159
2.	<i>La protección frente a los contenidos.</i>	160
3.	<i>La protección frente a las comunicaciones comerciales.</i>	165
VI.	LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD.	167
VII.	LAS COMUNICACIONES COMERCIALES	169
1.	<i>El derecho a emitir comunicaciones comerciales y a crear canales dedicados a la emisión de publicidad y televenta.</i>	169
2.	<i>La separación entre publicidad y contenidos. En especial, el régimen del patrocinio y del emplazamiento de productos.</i>	170

3.	<i>Límites temporales de la publicidad y la televenta, momentos de interrupción de los programas y condiciones de emisión</i>	174
4.	<i>Comunicaciones comerciales prohibidas</i>	179
5.	<i>Infracciones y sanciones en materia publicitaria.</i>	182
VIII.	LAS EMISIONES DEPORTIVAS	183
Capítulo VI. Internet		
I.	INTRODUCCIÓN: DERECHO, INTERNET Y COMUNICACIÓN	191
II.	LA CONVERGENCIA DE REGULADORES EN LA ORDENACIÓN DE LA RED	193
1.	<i>Pautas internacionales sobre regulación de la Red.</i>	193
2.	<i>Competencias sobre Internet y regulación referida a la infraestructura de telecomunicaciones</i>	197
3.	<i>Especificidades de la regulación de actividades y servicios desarrollados en Internet</i>	198
III.	LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y DE CREACIÓN DE EMPRESAS COMUNICATIVAS EN INTERNET.	199
1.	<i>Libre creación de medios de comunicación en la Red.</i>	199
2.	<i>Libertad de expresión e información en Internet e implicaciones constitucionales.</i>	201
3.	<i>Derechos constitucionales del público e informadores y comunicación en Internet</i>	202
IV.	LOS CONTENIDOS EN INTERNET	207
1.	<i>El perímetro constitucional de la libertad de expresión en Internet y el «derecho al olvido».</i>	207
2.	<i>Responsabilidad por contenidos de terceros en Internet.</i>	210
3.	<i>Regulación y control de la publicidad en Internet.</i>	212
Capítulo VII. Cine		
I.	INTRODUCCIÓN: LA REALIDAD DEL CINE	215
II.	RÉGIMEN JURÍDICO	218
1.	<i>El contexto internacional</i>	218
2.	<i>La dimensión europea</i>	219
3.	<i>El Estado y las Comunidades Autónomas</i>	221
4.	<i>La dimensión local</i>	225
III.	ORGANIZACIÓN.	227

IV. MEDIDAS DE ORDENACIÓN: CALIFICACIÓN, REGISTRO, RÉGIMEN DE LAS SALAS DE EXHIBICIÓN, RÉGIMEN SANCIONADOR	228
1. <i>La calificación</i>	228
2. <i>Los registros</i>	231
3. <i>Las salas de exhibición</i>	232
4. <i>Régimen sancionador</i>	236
V. MEDIDAS DE FOMENTO: AYUDAS PÚBLICAS Y CUOTAS DE PANTALLA .	237
1. <i>Los diferentes tipos de ayudas económicas</i>	238
2. <i>Las cuotas de pantalla</i>	244
Capítulo VIII. Derechos de autor en el ámbito comunicativo	247
I. INTRODUCCIÓN: LA PROTECCIÓN JURÍDICA DE LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA Y AUDIOVISUAL EN LA ERA DE INTERNET	247
II. REPARTO COMPETENCIAL Y EVOLUCIÓN NORMATIVA	252
III. EL ÁMBITO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL	254
1. <i>Consideraciones generales sobre el reconocimiento jurídico de la autoría</i>	254
2. <i>Autoría individual y colectiva: particularidades de la creación periodística y audiovisual</i>	256
IV. DERECHOS LEGALES DE LOS AUTORES.	259
1. <i>Derechos morales</i>	259
2. <i>Derechos patrimoniales</i>	261
3. <i>Excepciones legales</i>	265
4. <i>Cánones</i>	268
5. <i>Derechos de «cuasiautoría»</i>	270
V. LA GESTIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL A TRAVÉS DE ENTIDADES COLECTIVAS	271
VI. LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL: EL REGISTRO Y LA TUTELA CIVIL, ADMINISTRATIVA Y PENAL DE LOS DERECHOS DE AUTOR	274
1. <i>El Registro de la Propiedad Intelectual</i>	276
2. <i>La tutela civil de la propiedad intelectual</i>	276
3. <i>La represión penal de violaciones de la propiedad intelectual</i> . .	277
4. <i>La Ley Sinde y la tutela administrativa a través de la Comisión de Propiedad Intelectual</i>	278
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA	283