

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>	27
2. <i>El distinto objeto de la libertad de expresión y la libertad de información</i> ...	28
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>	29
4. <i>Las garantías de la libertad de expresión y de la libertad de información como derechos constitucionales</i>	30
5. <i>El derecho de acceso a la información pública y su entronque con la libertad de información</i>	31
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>	33
2. <i>La relevancia pública de la información</i>	39
IV. LA PROHIBICIÓN DE LA CENSURA PREVIA Y EL SECUESTRO DE LAS PUBLICACIONES	40
1. <i>La prohibición de censura previa</i>	40
2. <i>El secuestro judicial de las publicaciones</i>	41
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>	64
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>	68
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 re- conocibilidad del mensaje publicitario</i>	75
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>	78
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 COMUNICACION 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>	96
3. <i>La autorregulación</i>	98

	12	
IV.	OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN.....	100
	1. <i>Objeto</i>	100
	2. <i>Ámbito de aplicación</i>	101
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		113
	I. INTRODUCCIÓN: PÚBLICO Y PRIVADO EN EL «MERCADO» DE LA RADIO Y TELEVISIÓN	113
II.	RÉGIMEN JURÍDICO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL POR OPERADORES PRIVADOS.....	116
	1. <i>Los servicios de comunicación audiovisual como servicios de interés general. La importancia del marco jurídico europeo</i>	116
	2. <i>El acceso a la prestación de servicios de comunicación audiovisual en la LGCA</i>	119
	3. <i>Modalidades de difusión</i>	128
	4. <i>Emisiones en cadena</i>	131
	5. <i>Obligaciones de must carry/must offer</i>	133
	6. <i>Reglas de pluralismo</i>	134
	7. <i>Los servicios de comunicación audiovisual sin ánimo de lucro y la televisión de proximidad</i>	136
III.	Los PRESTADORES PÚBLICOS DEL SERVICIO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	138
	1. <i>Objeto y ámbito de cobertura</i>	138
	2. <i>Aspectos organizativos</i>	139
	3. <i>Obligaciones, límites y control del funcionamiento</i>	142
	4. <i>Financiación</i>	147
Capítulo V. Radio y televisión (III). Regulación de contenidos		151
I.	INTRODUCCIÓN: LA NECESIDAD DE REGULAR LOS CONTENIDOS PARA COMPATIBILIZAR LAS LIBERTADES INDIVIDUALES Y LOS DERECHOS, BIENES Y VALORES COLECTIVOS	151
II.	EL EJERCICIO DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y DE EXPRESIÓN Y EL PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL Y CULTURAL EN RADIO Y TELEVISIÓN.....	154
III.	EL DERECHO A LA DIVERSIDAD CULTURAL Y LINGÜÍSTICA	158
	1. <i>La protección de la obra europea: aspectos generales</i>	158
	2. <i>La reserva de un porcentaje del tiempo de emisión de obra europea o «cuota de pantalla»</i>	162
	3. <i>La obligación de contribuir anualmente a la financiación de la producción de obra</i>	

12	<i> europea</i>	163
IV.	EL DERECHO A UNA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL TRANSPARENTE	165
	1. <i> El derecho a conocer la identidad de los prestadores</i>	166
	2. <i> El derecho a conocer la programación televisiva con suficiente antelación</i>	166
V.	Los DERECHOS DEL MENOR.....	168
	1. <i> La protección del menor como sujeto y objeto de la información</i>	169
	2. <i> La protección frente a los contenidos.....</i>	170
	3. <i> La protección frente a las comunicaciones comerciales</i>	176
VI.	Los DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD.....	178
VII.	LAS COMUNICACIONES COMERCIALES.....	180
	1. <i> El derecho a emitir comunicaciones comerciales y a crear canales dedicados a la emisión de publicidad y televenta</i>	180
	2. <i> La separación entre publicidad y contenidos. En especial, el régimen del patrocinio y del emplazamiento de productos</i>	181
	3. <i> Límites temporales de la publicidad y la televenta, momentos de interrupción de los programas y condiciones de emisión</i>	185
	4. <i> Comunicaciones comerciales prohibidas.....</i>	191
	5. <i> Infracciones y sanciones en materia publicitaria.....</i>	194
VIII.	LAS EMISIONES DEPORTIVAS.....	195
	Capítulo VI. Internet	205
	I. INTRODUCCIÓN: DERECHO, INTERNET Y COMUNICACIÓN	205
	II. LA CONVERGENCIA DE REGULADORES EN LA REGULACIÓN DE LA RED	207
	1. <i> Pautas internacionales sobre regulación de la Red</i>	207
	2. <i> Competencias sobre Internet y regulación referida a la infraestructura de telecomunicaciones</i>	210
	3. <i> Especificidades de la regulación de actividades y servicios desarrollados en Internet</i>	212
	III. LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y DE CREACIÓN DE EMPRESAS COMUNICATIVAS EN INTERNET	213
	1. <i> Libre creación de medios de comunicación en la Red</i>	213
	2. <i> Libertad de expresión e información en Internet e implicaciones constitucionales</i>	214
	3. <i> Derechos constitucionales del público e informadores y comunicación en Internet</i>	215
	IV. Los CONTENIDOS EN INTERNET	220
	1. <i> El perímetro constitucional de la libertad de expresión en Internet</i>	220
	2. <i> Responsabilidad por contenidos de terceros en Internet</i>	222
	3. <i> Regulación y control de la publicidad en Internet.....</i>	223

12		
Capítulo VII. Cine		225
I. INTRODUCCIÓN: LA REALIDAD DEL CINE		225
II. RÉGIMEN JURÍDICO		228
1. <i>El contexto internacional</i>		228
2. <i>La dimensión europea</i>		228
3. <i>El Estado y las Comunidades Autónomas</i>		232
4. <i>La dimensión local</i>		236
III. ORGANIZACIÓN		237
IV. MEDIDAS DE ORDENACIÓN: CALIFICACIÓN, REGISTRO, RÉGIMEN DE LAS SALAS DE EXHIBICIÓN, RÉGIMEN SANCIONADOR.....		240
1. <i>La calificación</i>		240
2. <i>Los registros</i>		243
3. <i>Las salas de exhibición</i>		244
4. <i>Régimen sancionador</i>		248
V. MEDIDAS DE FOMENTO: AYUDAS PÚBLICAS Y CUOTAS DE PAN- TALLA_ ■		248
1. <i>Los diferentes tipos de ayudas económicas</i>		249
2. <i>Las cuotas de pantalla</i>		254

Capítulo VIII. Derechos de autor en el ámbito comunica-

257

I. INTRODUCCIÓN: LA PROTECCIÓN JURÍDICA DE LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA Y AUDIOVISUAL EN LA ERA DE INTERNET		257
II. Reparto competencial y evolución normativa		262
III. El ámbito de la propiedad intelectual		264
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>		266
3. <i>Derechos legales de los autores</i>		269
IV. LA GESTIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL A TRAVÉS DE ENTIDADES COLECTIVAS.....		279
V. LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL: EL REGISTRO Y LA TUTELA CIVIL, ADMINISTRATIVA Y PENAL DE LOS DERECHOS DE AUTOR		282
1. <i>El Registro de la Propiedad Intelectual</i>		283
2. <i>La tutela civil de la propiedad intelectual</i>		284
3. <i>La represión penal de violaciones de la propiedad intelectual</i> . .		285
4. <i>La Ley Sínde y la tutela administrativa a través de la Comisión de Propiedad Intelectual</i>		286

12		
BIBLIOGRAFÍA.....		289