

ÍNDICE

Pág.

PRÓLOGO	xiii
CAPÍTULO I. EL DERECHO A LA PROPIA IMAGEN EN EL MARCO DE LOS ESPECTÁCULOS DEPORTIVOS PROFESIONALES	1
1. El derecho fundamental al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen en la Constitución	3
1.1. Preliminar. La posición relevante de los derechos fundamentales en la ordenación general de los medios de comunicación	3
1.1.1. Aproximación al régimen sustantivo de los derechos fundamentales	3
1.1.2. Fuentes	7
1.2. Caracterización constitucional general del derecho al honor, la intimidad y la propia imagen; en particular, el alcance y límites principales del derecho a la propia imagen	12
1.2.1. Alcance, límites y restricciones del derecho al honor en el contexto de una sociedad informada	13
1.2.2. Perfiles constitucionales de la intimidad	16
1.2.3. Alcance, límites y restricciones del derecho a la propia imagen en el contexto de una sociedad informada	19

	<u>Pág.</u>
2. Relación y articulación de los derechos de la personalidad con la libertad de expresión y de información	26
2.1. Libertad de expresión y libertad de información en la Constitución: derechos individuales de la persona y garantía institucional de una opinión pública libre	26
2.1.1. El derecho fundamental a la libertad de expresión	26
2.1.2. La comunicación de información veraz	30
2.2. El principio constitucional de preferencia de la libertad de expresión e información sobre los derechos de la personalidad	34
2.3. Requisitos, problemas y consecuencias de la relación de prevalencia el reportaje neutral	37
3. Las imágenes de los espectáculos deportivos y la teoría de los bienes inmateriales	43
3.1. Análisis de las distintas alternativas de protección que ofrece el derecho a las creaciones jurídicas	43
3.2. Los bienes inmateriales en el ordenamiento jurídico español; en particular la creación, titularidad, gestión y disposición de las imágenes deportivas en cuanto bienes inmateriales	49
 CAPÍTULO II. LA ORDENACIÓN LEGAL DEL CONTENIDO PATRIMONIAL DE LAS IMÁGENES DEPORTIVAS	 57
1. La ordenación legal del contenido patrimonial de las imágenes deportivas: aproximación general a la cuestión	59

	<u>Pág.</u>
2. El valor patrimonial de la imagen de los deportistas y de los espectáculos deportivos: consideraciones generales.....	62
2.1. El valor económico de la difusión del espectáculo deportivo	63
2.2. La difusión del espectáculo deportivo más allá del recinto donde se celebra: su relevancia jurídica y económica	69
3. La dificultad de configuración jurídica del valor de las imágenes de los acontecimientos deportivos	72
3.1. La disposición del valor patrimonial de la imagen en el ámbito del mercado deportivo	74
3.1.1. La cesión de derechos de imagen en el ámbito del contrato de trabajo de los deportistas profesionales	75
3.1.2. Los derechos de imagen del resto de actores intervinientes en un espectáculo deportivo. (Entrenadores y árbitros).....	102
3.1.3. El derecho de imagen de las SAD o de los clubes	105
3.2. Algunas consideraciones formuladas con carácter provisional	106
4. El valor de la imagen en un entorno organizado (la propiedad de la competición) o justo lo contrario: la propiedad de la competición y su imagen exterior.....	108
4.1. La propiedad de las competiciones en el entorno UEFA y FIFA a los efectos de la comercialización de las competiciones que organizan	109
4.2. La propiedad en otros grandes eventos deportivos	111
4.3. La propiedad y comercialización de los derechos de retransmisión de las competiciones profesionales en Europa	113
4.4. La situación en España.....	117

	<u>Pág.</u>
4.5. La problemática subyacente: Las federaciones deportivas. Las ligas profesionales y su marginación real de la comercialización de su propiedad a favor de sus componentes	125
4.6. Consecuencias deportivas de la decisión jurídica sobre el aspecto indicado	131
5. Las formas y soportes en la disposición de los eventos deportivos	134
5.1. Las denominadas formas tradicionales	134
5.2. El nuevo vehículo de transmisión y comercialización de los eventos y de la información.....	140
5.2.1. El problema transitorio y las ventas inciertas y globales	145
5.2.2. Las cuestiones esenciales de la utilización del internet	147
CAPÍTULO III. EL MERCADO DE LAS IMÁGENES DEPORTIVAS	169
1. Introducción general.....	171
2. El sistema económico en el marco de la Unión Europea: su incidencia y aplicación en el marco de las telecomunicaciones	173
3. El límite de la gestión liberalizada: los fines de información general.....	179
3.1. Aspectos generales de relación entre el libre comercio y el derecho a la información y a la cultura como condicionantes de regulaciones específicas	179
3.2. El derecho a la información en la Ley 21/1997, de 3 de julio, reguladora de las Emisiones y Retransmisiones de competiciones y acontecimientos deportivos	182

	<u>Pág.</u>
3.2.1. El derecho a comunicar y recibir información veraz acerca de los espectáculos deportivos de especial relevancia	183
3.2.2. Un elemento instrumental pero esencial: el libre acceso a los estadios y recintos deportivos de los medios de comunicación social	185
3.2.3. El derecho de los medios de comunicación audiovisuales de obtener de forma gratuita imágenes deportivas para un fin informativo	197
3.2.4. El deporte en la ordenación general de los contenidos televisivos.....	210
3.2.5. El difícil contorno jurídico de los «acontecimientos de interes general»	220
4. Los negocios de las imágenes deportivas y la competencia libre y leal en el mercado: monopolios de derecho y de hecho, prácticas restrictivas y competencia desleal.....	229
4.1. Las de procedencia directa del Derecho Comunitario.....	230
4.2. Las procedentes de la regulación española de la competencia.....	238