

ÍNDICE

PRIMERA PARTE

DERECHO DE LA INFORMACIÓN Y DERECHO A LA INFORMACIÓN

I. EL DERECHO DE LA INFORMACIÓN, CIENCIA Y ORDENAMIENTO

LECCIÓN 1. LA EVOLUCIÓN DEL DERECHO DE LA INFORMACIÓN	25
1. La regulación informativa, en el tiempo	27
1.1. Los precedentes iusinformativos en Grecia y Roma	27
1.1.1. La información, en sentido estricto	27
1.1.2. La publicidad	28
1.2. Los precedentes iusinformativos en la Edad Media	28
1.3. Los precedentes iusinformativos en el Renacimiento	28
1.3.1. La información, en sentido estricto	28
1.3.2. La publicidad	29
1.4. Los precedentes iusinformativos en la Ilustración	29
1.4.1. La información, en sentido estricto	29
1.4.2. La publicidad	29
1.5. Los precedentes iusinformativos del Siglo XVIII	30
1.5.1. La información, en sentido estricto	30
1.5.2. La publicidad	30
2. La evolución de la regulación informativa, en el espacio	30
2.1. La regulación informativa en Alemania	30
2.1.1. La información, en sentido estricto	30
2.1.2. La radiodifusión	32
2.2. La regulación informativa en Dinamarca	32
2.3. La regulación informativa en España	32
2.3.1. Los medios unitarios	33

2.3.2. La prensa	33
2.3.3. La publicidad	36
2.3.4. La radiodifusión	36
2.4. La regulación informativa en Francia	39
2.4.1. La información, en sentido estricto	39
2.4.2. La publicidad	42
2.4.3. La radiodifusión	43
2.5. La regulación informativa en Holanda	43
2.6. La regulación informativa en Inglaterra	44
2.6.1. La prensa	44
2.6.2. La publicidad	45
2.6.3. La radiodifusión	46
2.7. La regulación informativa en Italia	46
2.7.1. La prensa	46
2.7.2. La radiodifusión	47
2.8. La regulación informativa en Luxemburgo	47
2.9. La regulación informativa en Suecia	47
2.10. La regulación informativa en la U.R.S.S.	47
2.10.1. La prensa	47
2.10.2. La radiodifusión	49
2.11. La regulación informativa en EE.UU.	49
2.11.1. La prensa	50
2.11.2. La publicidad	51
2.11.3. La radiodifusión	51
2.11.4. El cine	51
2.12. La regulación informativa en Iberoamérica	52
3. El Derecho de la Información, en el ámbito internacional	53
3.1.1. La información, en sentido estricto	53
3.1.2. La publicidad	53
3.1.3. La radiodifusión	54
4. La doctrina del Derecho de la Información	54
 LECCIÓN 2. LA JUSTIFICACIÓN JURÍDICA DEL DERECHO DE LA INFORMACIÓN	 57
1. El Derecho continental y el Derecho anglosajón	59
2. La libertad, la igualdad: fines justos	60
3. La conexión «Derecho» e «Información»	61

4. La información: un derecho humano	64
5. La naturaleza del derecho a la información	65

LECCIÓN 3. LAS FUENTES DEL DERECHO DE LA INFORMACIÓN

1. La definición de «Fuente»	71
2. Las clases de fuentes, por su origen	71
3. La jerarquización de las fuentes	73
4. Las fuentes del Derecho, en la Constitución española de 1978	74
5. Las fuentes del Derecho, en la Comunidad Europea	78
6. La Conferencia de Seguridad y Cooperación en Europa (CSCE) trascendencia iusinformativa	83
7. El Consejo de Europa, trascendencia iusinformativa	84
8. La ONU, trascendencia iusinformativa	86
9. La OMPI, trascendencia iusinformativa	88
10. La UNESCO, trascendencia iusinformativa	89
11. Una actualización de la legislación informativa en España	90

II. EL DERECHO A LA INFORMACIÓN: NATURALEZA, LEGISLACIÓN Y DOCTRINA

LECCIÓN 4. NATURALEZA Y CONSTITUCIONALIDAD DEL DERECHO A LA INFORMACIÓN

1. El Estado de Derecho	103
2. Derechos humanos, naturales, fundamentales. Libertades públicas	104
3. Las garantías constitucionales de los derechos humanos	106
4. La clasificación constitucional de los derechos humanos	108
5. Una clasificación doctrinal de los derechos humanos	109
6. La clasificación de Pescatore, en la Comunidad Europea	110
7. El artículo 20 de la Constitución de 1978	110
7.1. El contenido esencial de derecho a la información: sus facultades	111
7.1.1. Facultad de investigar	113
7.1.2. Facultad de difundir	114
7.1.3. Facultad de recibir información	115
7.2. El objeto del derecho a la información: los mensajes	116

LECCIÓN 5. LA UNIVERSALIDAD SUBJETIVA DEL DERECHO A LA INFORMACIÓN	119
1. La universalidad	121
2. La igualdad, base de la universalidad	122
3. Las minorías: su tratamiento	122
3.1. Los menores de edad	123
3.2. Las minorías religiosas	126
3.3. Las minorías lingüísticas	127
4. El concepto de actitud; consecuencias de la universalidad	128
4.1. En la facultad de investigar	129
4.1.1. Depósitos de información	129
4.1.2. Bibliotecas	129
4.1.3. Exposiciones y ferias	129
4.1.4. Fonotecas	129
4.1.5. Discotecas	129
4.1.6. Cinematecas	129
4.1.7. Iconotecas	130
4.2. En la facultad de difundir	130
4.2.1. La manifestación. La reunión	130
4.2.2. Las pintadas	130
4.2.3. Los carteles	131
4.2.4. El hombre- <i>sandwich</i>	131
4.2.5. El vocero	132
4.2.6. La opinión pública	132
4.2.7. Los concursos	135
4.2.8. Presencia en los medios	135
4.2.9. Las cartas al director	135
4.2.10. La publicidad	136
4.2.11. Las colaboraciones	136
4.2.12. Los radioaficionados	136
4.2.13. El derecho de contestación	137
4.3. En la facultad de recibir	141
4.3.1. Las actitudes pasivas	142
4.3.2. El contrato de suscripción	142

SEGUNDA PARTE

EL SUJETO CUALIFICADO DE LA INFORMACIÓN

LECCIÓN 6. TEORÍA GENERAL DEL SUJETO PROFESIONAL	147
1. El sujeto profesional en el marco del proceso informativo	149
2. Idoneidad y cualificación del sujeto profesional	150
2.1. Idoneidad: nacer o ser del profesional	151
2.2. Cualificación: una nota específica del informador	152
3. La titularidad del sujeto profesional	154
3.1. Razones en contra	154
3.2. Razones a favor	155
4. Rasgos definitorios del sujeto profesional	157
4.1. Vocación	157
4.2. Formación	157
4.3. Responsabilidad	159
5. El concepto de profesionalidad en nuestro ordenamiento jurídico	159
6. Informadores no profesionales. Colaboradores	162
7. A modo de conclusión	165
 LECCIÓN 7. LA REGULACIÓN JURÍDICA DE LA ACTIVIDAD INFORMATIVA	 167
1. Planteamiento general	169
2. Antecedentes históricos	170
2.1. La Constitución Republicana de 1931	170
2.2. Proclamación de la II República	171
2.3. Guerra civil y nuevo período constitucional	172
3. Ley de Prensa e Imprenta de 1966	174
4. El Estatuto de la Profesión Periodística de 1967	176
4.1. Preámbulo	177
4.2. Principios generales de la Profesión periodística	177
4.3. Colegiación	178
4.4. Jurado de Ética Profesional	178
5. Situación actual y perspectivas de futuro	179

LECCIÓN 8. EL DIRECTOR DE MEDIOS INFORMATIVOS ...	183
1. El director en la estructura empresarial informativa	185
2. Características legales de la figura del Director	186
2.1. Figura obligatoria	187
2.2. Persona física	188
2.3. Persona excluyente	188
2.4. Con funciones tipificadas	188
3. Requisitos y prohibiciones	189
3.1. Tener la nacionalidad española	189
3.2. Hallarse en el pleno ejercicio de los derechos civiles	190
3.3. Residir en un lugar donde el periódico se publica o donde la agencia tiene su sede	190
3.4. Poseer el título oficial de periodista, inscrito en el Registro Oficial	190
4. Prohibiciones legales	191
5. Designación y funciones	191
5.1. Funciones en relación con la empresa	194
5.2. Funciones en relación con su labor profesional	194
5.2.1. Función de orientación	194
5.2.2. Función de determinación de contenidos	194
5.2.3. Función de representación.	196
6. Las responsabilidades del director	197
7. Incompatibilidades	198

LECCIÓN 9. LA RESPONSABILIDAD JURÍDICO-INFORMATIVA DEL SUJETO PROFESIONAL	199
1. Libertad y responsabilidad	201
2. Parámetros de la responsabilidad	202
3. Objeto y sujeto en la responsabilidad	203
4. Sistemas de exigencia de la responsabilidad	204
5. Clases de responsabilidad	206
6. La responsabilidad administrativa en materia informativa	206
6.1. Principios de la responsabilidad informativa	208
7. La responsabilidad civil en el campo de la información	208

LECCIÓN 10. LA RESPONSABILIDAD INFORMATIVA EN EL CAMPO PENAL	211
1. La responsabilidad penal en la LPI. Principios de la misma ..	213
1.1. Exigencia ante los Tribunales de Justicia	214
1.2. Principio de legalidad y tipicidad	214
1.3. Principio del procedimiento	214
2. La responsabilidad informativa en el Código Penal: Variantes específicas	215
2.1. Variante objetiva	215
2.2. Variante subjetiva	215
3. Clases de delitos informativos	216
3.1. Delitos informativos	217
3.2. Delitos cometidos a través de los medios informativos ...	217
4. Especial mención de la calumnia e injuria	218
4.1. Calumnia	218
4.2. Injuria	218
4.3. Disposiciones comunes a ambas	220
 LECCIÓN 11. EL SECRETO PROFESIONAL PERIODÍSTICO	 221
1. Planteamiento general	223
2. Definición de secreto profesional	225
3. Razones a favor y en contra el secreto profesional	226
4. Sujeto, objeto y contenido del secreto profesional	227
4.1. La falta de definición del profesional, un obstáculo	228
4.2. Algo más que las fuentes	229
4.3. Pocos problemas sobre el contenido	230
5. El secreto profesional en nuestro ordenamiento jurídico	230
6. Intentos legislativos del secreto profesional en los últimos años	232
6.1. Propositiones de Ley del grupo CDS	232
6.2. Propositiones de Ley del grupo IU	235
 LECCIÓN 12. EL SUJETO PROFESIONAL Y SU RELACIÓN CON LA EMPRESA INFORMATIVA (I)	 239
1. El trabajo informativo. Características	241
2. La noción común de contrato de trabajo	242

3. Fuentes legales del contrato de trabajo informativo	243
4. El contrato de trabajo informativo a la luz del Estatuto de los Trabajadores	245
5. Los elementos del contrato de trabajo. Aspectos singulares en el campo informativo	245
5.1. Elementos personales	245
5.2. Elemento objetivo y real	246
5.3. Elementos formales	247
6. Intereses colectivos de los informadores	247
6.1. En general	247
6.2. En la empresa informativa	249
7. El derecho de autor	250
7.1. El derecho de autor en la historia	250
7.2. La nueva Ley de Propiedad Intelectual	252
7.3. Contratos de difusión	256
7.3.1. Contrato de edición	256
7.3.2. Contrato de colaboración	257
7.3.3. Contrato de producción	258

LECCIÓN 13. EL SUJETO PROFESIONAL Y SU RELACIÓN CON LA EMPRESA INFORMATIVA (II)	259
1. La cláusula de conciencia en el marco de la empresa informativa	261
1.1. Características de la actividad periodística	261
1.2. Características de la actividad empresarial	262
1.3. Condiciones preexistentes	263
2. Fundamentos, elementos, efecto y definición	264
2.1. Antecedentes legales: las leyes francesa y portuguesa	265
2.2. Fundamentos	266
2.3. Elementos subjetivos y objetivos	267
2.4. Efectos progresivos	268
2.5. Definición de cláusula de conciencia	269
3. La cláusula de conciencia en el ordenamiento jurídico español	269
4. Intentos legislativos en relación con la cláusula de conciencia	271
4.1. Proposición de Ley del Grupo CDS	271
4.2. Proposición de Ley del Grupo IU	273

LECCIÓN 14. LOS INTERESES COLECTIVOS Y SOLIDARIOS DE LA PROFESIÓN PERIODÍSTICA	275
1. La regulación corporativa de la profesión periodística	277
2. Clases de sistemas de defensa de intereses colectivos y solidarios	279
2.1. Por sus fines genéricos	279
2.1.1. Profesionales	280
2.1.2. Profesionales-laborales	280
2.1.3. Laborales	280
2.2. Por su especialización específica	280
2.3. Por su influencia geográfica	281
2.4. Por sus diferencias de pensamiento y creencias	281
3. Objetivos e intereses de los sistemas corporativos	281
4. La regulación legal en España de los sistemas colectivos de defensa	283
4.1. Sindicatos	283
4.2. Asociaciones	283
4.3. Colegios profesionales	284
4.4. Las organizaciones profesioonales	284
5. El Asociacionismo periodístico en España	285
6. Los Colegios profesionales y la profesión periodística	288
7. Situación actual y perspectivas de futuro en el ámbito español	290
7.1. Colegio Oficial de Cataluña	291
 LECCIÓN 15. EL AUTOCONTROL DE LA ACTIVIDAD INFOR- MATIVA	 293
1. Planteamiento General	295
2. Definiciones	297
3. Breve reseña histórica	297
4. Razones y objetivos del autocontrol	298
5. Otras funciones del autocontrol	301
5.1. Garantizar una legislación en apoyo de la libertad de informacion	301
5.2. Servir de nexo de unión entre el público y la información	301
5.3. Dignificar la profesión periodística	301
6. Elementos objetivos: normas sobre las que se controla	302
7. Elementos subjetivos: los sujetos en el autocontrol	303
8. El autocontrol en España: pasado, presente y futuro	304
9. El futuro del autocontrol en España	306

TERCERA PARTE **EL SUJETO ORGANIZADO DE LA INFORMACIÓN.** **EMPRESAS Y MEDIOS INFORMATIVOS**

I. LA INFORMACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

LECCIÓN 16. LA ORGANIZACIÓN EN GENERAL	313
1. Concepto y naturaleza de organización	315
2. La Comunicación institucional	315
3. Clases y organizaciones que informan	317
4. Estudio especial de la información de ciertas organizaciones ..	318
4.1. Organizaciones supraestatales	318
4.2. La Iglesia católica	320
4.3. Otras organizaciones	323
LECCIÓN 17. LA INFORMACIÓN OFICIAL	325
1. Actividad informativa del Estado.	327
1.1. El deber de transparencia: el principio de publicidad	328
1.2. El deber de informar del Estado del art. 7 LP	329
2. Las excepciones a la libre información oficial	330
2.1. Los secretos oficiales	331
2.2. El secreto judicial	334
3. Régimen jurídico de la organización informativa estatal	336
3.1. Publicaciones oficiales	336
3.2. Oficinas de Información oficial	337
3.3. La información parlamentaria	337
3.4. Información oficial en otros medios: inserciones obligatorias	339
3.5. Publicidad oficial	341

II. LA ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL **DE LOS M.C.S.**

LECCIÓN 18. LA EMPRESA INFORMATIVA COMO ORGANIZACIÓN	345
1. Principios jurídicos: la libre creación de empresas.	347
2. Clasificación de las empresas informativas	348

3. Estructura de la empresa informativa	349
3.1. Transparencia y publicidad de la empresa	350
3.2. Estudio especial de los bienes de prensa	351

LECCIÓN 19. CREACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LAS EMPRESAS INFORMATIVAS

1. Clasificación de la actividad empresarial: etapas	355
2. Las fases empresariales desde la óptica del Derecho de la Información	356
2.1. Fase de creación	356
2.2. Fase de producción	357
2.3. Fase de difusión y distribución	357
2.3.1. El momento de la difusión	358
3. La concentración de las empresas	359
4. Inversiones extranjeras en empresas españolas	360
4.1. Legislación general de inversiones	360
4.2. Normas específicas respecto a la radiodifusión	362

III. ESTUDIO PARTICULAR DE LOS MEDIOS: SU ESTRUCTURA EMPRESARIAL

LECCIÓN 20. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, RAZÓN SOCIAL DE LAS EMPRESAS INFORMATIVAS

1. Caracteres y clases de medios	367
2. El Derecho de los medios: principios generales	368
3. Derecho aplicable: medidas para la creación y estructura de los medios	369
3.1. La autorización	370
3.2. La concesión	371
4. Medidas reglamentarias para el funcionamiento de los medios	371
4.1. Medidas de policía y organización	372
4.1.1. Pie de imprenta	372
4.1.2. Régimen de depósito: el ISBN e ISSN	373
4.1.3. Protección del título	373
4.1.4. Censura de ciertas informaciones	374
4.2. Medidas excepcionales	374
4.2.1. Suspensión temporal o definitiva	374
4.2.2. Secuestro	375

5. Medidas de fomento de los medios	376
5.1. Medidas honoríficas	376
5.2. Medidas económicas	377
LECCIÓN 21. LA EMPRESA PERIODÍSTICA Y LAS AGENCIAS. LOS MEDIOS IMPRESOS	379
1. Régimen legal vigente para la empresa periodística y las agencias	381
1.1. De la empresa periodística	382
1.2. De la agencia informativa	382
2. Concepto legal y características de la publicación periódica: clasificación	384
3. Medidas administrativas para el funcionamiento de los medios periódicos	385
LECCIÓN 22. LA EMPRESA EDITORIAL. LOS MEDIOS UNITARIOS: EL LIBRO	387
1. Concepto y régimen legal del editor	389
2. Otros sujetos del proceso editorial	390
2.1. Contratos editoriales entre los distintos sujetos	391
3. Los medios unitarios: clasificación	392
4. Medidas administrativas sobre el libro y otras publicaciones ..	393
4.1. Medidas de policía	393
4.1.1. El depósito legal e ISBN	394
4.1.2. El pie de imprenta	394
4.2. El precio de venta del libro	395
5. Medidas de fomento	396
5.1. Ayudas indirectas	396
5.2. Ayudas directas	397
5.2.1. A la edición y traducción de obras	397
5.2.2. A la difusión del libro	398
LECCIÓN 23. LA EMPRESA PUBLICITARIA: LA PUBLICIDAD COMO MEDIO	399
1. Concepto de empresa publicitaria	401
2. Naturaleza y clases de empresas publicitarias	402
2.1. Las empresas publicitarias en la LGP	403
2.2. Las nuevas empresas publicitarias	404

3. La contratación publicitaria	405
3.1. Elementos personales	406
3.2. Elementos reales	408
3.3. Elementos formales	409
4. Los medios publicitarios	409
4.1. Regímenes especiales de los medios publicitarios	411
LECCIÓN 24. LAS EMPRESAS DE RADIODIFUSIÓN	415
1. Concepto y caracteres de la radiodifusión en España	417
1.1. Derecho aplicable	418
1.2. Jurisprudencia del Tribunal Supremo y el Tribunal Constitucional	420
2. Presupuestos técnicos de la organización empresarial de las telecomunicaciones	424
3. Sistemas de gestión y explotación de este «servicio público» ..	427
3.1. Los entes públicos de radio y televisión	428
3.2. Las sociedades concesionarias o de gestión indirecta	431
4. La financiación	433
LECCIÓN 25. LA RADIO Y LA TELEVISIÓN	435
1. Derecho vigente para los medios	437
2. Niveles de distribución y difusión de la radio y televisión	439
2.1. La distribución y difusión internacional	439
2.2. La distribución y difusión interior	442
2.2.1. Nacional	442
2.2.2. Autonómica	443
2.2.3. Local	443
2.2.3.1. Los videos comunitarios	444
2.3. La difusión por cable	445
3. Programación	446
3.1. Normas de la Comunidad Europea	448
3.2. Normas para las televisiones privadas	449
3.3. Los derechos de autor y de las producciones audiovisuales	450

LECCIÓN 26. LOS NUEVOS MEDIOS AUDIOVISUALES	453
1. El problema de la regulación de los nuevos medios	455
2. Clasificación de los nuevos medios audiovisuales	456
2.1. Los medios editados	456
2.2. Los medios emitidos: el videotexto, el teletexto, la difusión de videos en comunidades de vecinos y en empresas de servicios, otros medios	458
3. Estudio especial de los derechos de propiedad intelectual sobre fonogramas, videogramas y programas informáticos	462
 LECCIÓN 27. LA EMPRESA CINEMATOGRAFICA: EL CINE	465
1. Características y naturaleza del cine	467
1.1. El cine como espectáculo	467
2. Régimen jurídico general de la empresa cinematográfica	468
2.1. El cine en el ámbito de la CE	468
3. La empresa cinematográfica: su pluralidad	469
3.1. Clasificación legal	469
3.2. Clasificación real	470
4. Régimen jurídico del cine	472
4.1. Para la producción	472
4.2. Para la distribución	472
4.3. Para la exhibición	473
5. Medidas de fomento del cine	476
5.1. Ayudas indirectas	476
5.2. Medidas directas: las subvenciones	476