

ÍNDICE

<i>Autores</i>	21
<i>Prólogo</i>	25

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1. El Derecho de la Información como ordenación, por REMEDIO SÁNCHEZ FERRIZ	31
1. Alguna precisión previa	31
2. El lenguaje como fundamento, como factor de constitución social y como instrumento de control de la sociedad humana	33
2.1. El lenguaje como base de la sociedad humana y manifesta- ción del poder	34
2.2. La organización social y la comunidad política como confor- madoras de la información	34
2.3. La aparición del Estado moderno y la exaltación de elemen- tos sociales como gérmenes de las futuras Ciencias	35
3. La opinión pública como manifestación de la ordenación social im- poniéndose sobre el poder político	36
3.1. La opinión pública como voz y expresión de la Nación y fuen- te de legitimación del poder político	36
3.2. El ejemplo español	37
4. Ordenación social y ordenación jurídica	38
4.1. Poder y legitimidad	39
4.2. El Estado como institucionalización del poder legítimo a tra- vés del Derecho	40
4.2.1. Ordenación y organización	41
4.3. Algunas acepciones de ordenamiento jurídico de aplicación a la información	42
4.4. Necesidad de reglas y principios que faciliten la aplicación de los ordenamientos complejos	42

5. Complejidad del ordenamiento informativo	43
5.1. El ámbito transnacional como desafío para el Estado	44
6. Para concluir: un ejemplo de aplicación transnacional y transversal de los principios de la ordenación informativa	44
<i>Bibliografía</i>	46

CAPÍTULO 2. El Derecho de la Información como ciencia, por MARISA AGUIRRE NIETO	47
1. Del deseo de saber al conocimiento científico	47
2. Objeto y método de la ciencia en general	49
3. Qué es, por qué es, para qué es... ..	50
4. El binomio Derecho-Comunicación	52
5. Nace una nueva ciencia	55
5.1. El nombre Derecho de la Información	56
5.2. El hacerse de la ciencia del Derecho de la Información	57
6. El sistema del Derecho de la Información	61
7. Derecho de la Información y Ética Informativa	61
<i>Bibliografía</i>	63

CAPÍTULO 3. El proceso de configuración del derecho a la informa- ción, por LUIS ESCOBAR DE LA SERNA	65
1. Introducción	65
2. El cambio hacia una nueva sociedad	66
3. La libertad de expresión y el liberalismo	67
4. El régimen de opinión pública y las Declaraciones de Derechos. La configuración del derecho a la información	71
5. La protección del derecho a la información en las organizaciones internacionales	75
6. Nuevos retos jurídicos del derecho a la información	83
<i>Bibliografía</i>	84

PRIMERA PARTE

EL DERECHO A LA INFORMACIÓN

CAPÍTULO 4. El derecho a la información en los textos universales, por PEDRO LOZANO BARTOLOZZI	89
1. Un solo mundo	89
2. La Sociedad de la Información	90
3. Evolución del marco jurídico	91
3.1. La Declaración Universal de Derechos Humanos de 1948 ..	92
3.2. El Convenio Europeo de 1950	94
3.3. El Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de 1966	94

3.4. El Pacto de San José de Costa Rica de 1969	95
4. De Helsinki a Niza	96
4.1. El Acta Final de 1975	96
4.2. La Carta de Derechos y Libertades	97
5. Un orden jurídico para la globalización	98
<i>Bibliografía</i>	100
✦ CAPÍTULO 5. El derecho a la información en el ordenamiento jurídico europeo, por MATEO MACIÁ	101
1. Unión Europea, Derecho e Información	101
2. El principio de transparencia y el derecho de acceso a los documentos	102
2.1. Concepto	102
2.2. Historia	102
2.3. La formulación jurídica del principio de transparencia en el derecho originario	105
2.4. El Reglamento de 28 de mayo de 2001	106
3. Principios generales	109
3.1. Derecho a la intimidad	109
3.2. Protección de menores	110
3.3. Diversidad lingüística y otros aspectos culturales	111
4. Información electrónica	112
4.1. Telecomunicaciones	112
4.2. Intercambio electrónico de datos (EDI)	113
5. Medios	113
5.1. Radio	113
5.2. Televisión	114
5.3. Cine e industria audiovisual	115
6. Comercio electrónico	116
7. Internet	116
<i>Bibliografía</i>	117
CAPÍTULO 6. El derecho a la información en América, por PEDRO ANGUITA R.	119
1. Introducción	119
2. Antecedentes históricos. De la Libertad de Imprenta al Derecho a la Información	120
3. Sistema Interamericano de Promoción y Protección de los Derechos Humanos	122
3.1. Comisión Interamericana de Derechos Humanos	122
3.2. Convención Americana de Derechos Humanos	123
3.3. Corte Interamericana de Derechos Humanos	125
3.4. Relatoría especial sobre Libertad de Expresión	126
4. Estatuto del Informador	126
4.1. Aspectos generales	126

4.2.	Quiénes pueden ejercer el periodismo en los países americanos	127
4.2.1.	Opinión consultiva 5/85 del 13 de noviembre de 1985	128
4.3.	Derechos reconocidos al profesional de la información. Secreto profesional y cláusula de conciencia	130
4.4.	Derecho de rectificación o respuesta	131
4.5.	Derecho de acceso a la información	133
4.6.	El <i>habeas data</i> y leyes de protección de datos personales	134
5.	Jurisprudencia elaborada por la Comisión y la Corte Interamericana relativa al derecho a la información	136
5.1.	Verbitsky vs República Argentina	136
5.2.	Caso Martorell contra Estado de Chile	137
5.3.	Caso Mauricio Herrera, Fernán Vargas, diario <i>La Nación</i> contra Estado de Costa Rica	138
5.4.	Pablo López, semanario <i>La Razón</i> contra el Estado de Venezuela	139
5.5.	Juan Pablo Olmedo y otros contra Estado de Chile	139
5.6.	Baruch Ivcher Bronstein contra Perú	140
6.	Conclusiones	141
	<i>Bibliografía</i>	142

CAPÍTULO 7. El derecho a la información en el contexto constitucional, por JOSÉ IGNACIO BEL MALLÉN		143
1.	Introducción	143
2.	De la última ley sobre la Información a la actual Constitución	144
2.1.	La Ley de Prensa de 1966 y el Real Decreto de 1977	144
3.	La Constitución de 1978	146
3.1.	Artículo 20	147
3.2.	Otros artículos a considerar	150
3.3.	Artículo 10.2	150
3.4.	Artículo 18	151
3.5.	Artículo 24	152
3.6.	Artículos 53, 54 y 55	152
3.7.	Artículo 105, b)	154
3.8.	Artículos 148 y 149	154
	<i>Bibliografía</i>	155

CAPÍTULO 8. El Derecho a la Información en el ordenamiento jurídico español, por MATEO MACIÁ		157
1.	El derecho a la información	157
1.1.	El artículo 20 de la Constitución y los convenios internacionales	157
1.2.	Derecho de rectificación	158
1.3.	Estados de alarma, excepción y sitio	159
1.4.	Cláusula de conciencia	160
2.	El acceso a la información	161

2.1.	El derecho de acceso a la información administrativa	161
2.1.1.	Derecho de acceso a Archivos y Registros	161
2.1.2.	Servicios de información administrativa	163
2.1.3.	Medio ambiente	164
2.1.4.	Patrimonio histórico	165
2.2.	Limitaciones al derecho de acceso	166
2.2.1.	Secretos oficiales	166
2.2.2.	Secreto estadístico	166
2.3.	Publicidad de las actuaciones judiciales	167
2.4.	Publicidad parlamentaria	168
3.	La protección de datos de carácter personal	169
4.	La protección del honor, la intimidad y la propia imagen	171
5.	Legislación sobre medios de comunicación	173
5.1.	Prensa escrita	173
5.2.	Radio y televisión	173
5.3.	Internet (Ley de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico: LSSI)	175
	<i>Bibliografía</i>	176

CAPÍTULO 9. Derecho a la información y excepciones a los mensajes,

por JOSÉ IGNACIO BEL MALLÉN

1.	Planteamiento global: la vía de los derechos	177
2.	La transmisión de los derechos a través de los mensajes	181
3.	Principios informativos y constitucionales en relación con los mensajes	182
4.	El principio de excepcionalidad en los mensajes	184
5.	Las posibles excepciones informativas	188
6.	Conclusiones	189
	<i>Bibliografía</i>	190

SEGUNDA PARTE

EL PROFESIONAL DE LA INFORMACIÓN

CAPÍTULO 10. Derechos y deberes de los profesionales, por TERESA

GAREIS

1.	Introducción	193
2.	Definición de profesión	193
3.	La identidad de la profesión informativa	195
3.1.	El sujeto profesional en el marco del proceso informativo ..	197
3.2.	La función social del informador	198
3.3.	Las notas diferenciadoras del ejercicio de la profesión informativa	199
3.4.	Colegiación y exigencia de título universitario	200

4.	La relación jurídica informativa	202
4.1.	El deber profesional de informar	202
4.2.	Los deberes anteriores al acto informativo	203
4.3.	Los deberes coetáneos al acto informativo	204
4.3.1.	Deberes informativos relativos al mensaje	204
4.3.2.	Deberes formativos con respecto al receptor	205
4.3.3.	Deberes de realización del informador	206
4.4.	Los deberes posteriores	207
5.	Las relaciones entre colegas	208
6.	Los deberes y derechos derivados de la relación laboral	209
	<i>Bibliografía</i>	210

CAPÍTULO 11. La responsabilidad ética en el campo de la información, por CARLOS SORIA		211
1.	El sentido de la responsabilidad ética	211
2.	La responsabilidad ética tiene como escenario la conciencia personal	212
2.1.	Algunos modos de entender la conciencia	213
2.2.	El juicio práctico de la inteligencia	213
2.3.	Las luces que forman la conciencia	214
2.4.	La única forma de respuesta ética es responder libremente	215
3.	La actuación ética en conciencia y a conciencia	216
3.1.	La dignidad de la conciencia	216
3.2.	Los conflictos entre la conciencia personal y las organizaciones	217
3.3.	La responsabilidad ética pide una ética abierta	218
4.	Epílogo	219
	<i>Bibliografía</i>	221

CAPÍTULO 12. La responsabilidad jurídica informativa, por JOSÉ IGNACIO BEL MALLÉN		223
1.	Derecho a la información: libertad y responsabilidad	223
1.1.	Consideraciones en torno al concepto de libertad en el campo informativo	223
1.2.	La responsabilidad desde el punto de vista informativo	224
2.	Objeto y sujeto y sistemas de la responsabilidad informativa	226
2.1.	El objeto de la información	226
2.2.	Los sujetos en la responsabilidad informativa	228
2.3.	Sistemas de responsabilidad en el campo de la información	229
3.	Principios de la responsabilidad	230
4.	Clases de responsabilidades informativas	231
4.1.	La responsabilidad administrativa en la información	231
4.2.	La responsabilidad civil informativa	231
4.3.	La responsabilidad penal informativa	233
	<i>Bibliografía</i>	235

CAPÍTULO 13. La relación laboral informativa, por RAFAEL DÍAZ ARIAS	237
1. Profesionales liberales y trabajadores intelectuales	237
2. Definición e independencia profesional	240
3. Relaciones laborales de los informadores con la empresa informativa	242
3.1. Derecho Laboral	243
3.2. Fuentes del Derecho Laboral. El Convenio Colectivo	245
3.2.1. Sindicatos y convenios colectivos en el ámbito perio- dístico	247
3.2.2. Aplicación de las normas	248
3.3. Trabajadores por cuenta ajena	248
3.4. Colaboradores, trabajadores autónomos y en formación	249
3.5. Informadores, editores y directores	252
3.6. Cualificación de la relación laboral por la informativa	254
4. Constitución y extinción de las relaciones laborales	257
4.1. Capacidad y cualificación para contratar	257
4.2. Duración. Modos de extinción. El despido	258
5. Derechos y deberes laborales del informador	260
5.1. Derechos fundamentales y derechos laborales	260
5.2. La prestación laboral	261
5.3. El poder de dirección del empresario. Deberes generales del trabajador: obediencia, diligencia, buena fe	262
5.4. Poder de dirección y poder editorial	264
5.5. Derecho al salario y a la protección social	265
5.6. Derecho a la representación colectiva y a la participación en la empresa	265
6. Derechos profesionales de los informadores en la relación laboral	266
6.1. Peculiaridades de los derechos de autor de los informadores asalariados	266
6.2. La participación de los informadores en el poder editorial ..	269
6.3. Incidencia del secreto profesional de los informadores en la relación laboral	270
<i>Bibliografía</i>	270
<i>Enlaces</i>	272
CAPÍTULO 14. El derecho de autor en la información, por LORETO CORREDOIRA Y ALFONSO	273
1. Introducción	273
2. El derecho de autor, derecho humano	274
3. Los derechos del autor y el derecho del público a la cultura	275
3.1. Un aparente conflicto entre ambos derechos	276
3.2. El acceso a Internet como derecho cultural	277
4. Estudio del derecho de autor	278
4.1. Sujeto: ¿Quién es o se presume autor?	278
4.1.1. Clases de obras según el autor o autores	278

4.2.	Objeto del derecho de autor. Obra protegida y no protegida .	279
4.2.1.	Catálogo de obras originales	279
4.2.2.	Otras obras derivadas de la original	280
4.3.	Contenido del derecho de autor	280
4.3.1.	Derechos o facultades morales	280
4.3.2.	Los derechos de explotación	281
4.3.3.	Otros derechos. El derecho de remuneración por copia	284
4.3.4.	Las excepciones o «límites» del autor	285
4.4.	Duración de los derechos	287
5.	Protección de la información periodística o de actualidad	288
5.1.	El trabajo del periodista y del colaborador	289
5.2.	El derecho de cita o reproducción de las informaciones	290
	<i>Bibliografía</i>	291
CAPÍTULO 15. El autocontrol, por JOSÉ IGNACIO BEL MALLÉN		293
1.	Introducción	293
2.	Definición del concepto de autocontrol	295
3.	Equívocos sobre el autocontrol	298
4.	Creación del autocontrol	301
5.	Fundamentos y razón de ser del autocontrol	303
6.	Normas en las que se basa el autocontrol	304
7.	Objetivos de los órganos de autocontrol	306
8.	Conclusiones	307
	<i>Bibliografía</i>	308
CAPÍTULO 16. El secreto profesional, por ANA AZURMENDI		309
1.	El secreto profesional: las fuentes en la actividad periodística	309
2.	Precedentes ético-jurídicos	310
3.	El derecho y deber del secreto profesional	312
4.	Acerca del sujeto, objeto y contenido del secreto profesional	314
4.1.	Sujeto	314
4.2.	Objeto	315
4.3.	Contenido	317
5.	El secreto profesional dentro de las redacciones de los medios de comunicación	317
6.	Los límites del secreto profesional	318
	<i>Bibliografía</i>	320
	<i>Anexo</i>	321
CAPÍTULO 17. La cláusula de conciencia, por RAFAEL DÍAZ ARIAS		327
1.	Caracterización general	327
2.	Origen y evolución	328
3.	Naturaleza y fundamento	330

3.1. La libertad de conciencia o ideológica como fundamento genérico	332
3.2. El derecho a la información como fundamento específico ..	334
4. Reconocimiento y efectos	337
5. Titularidad	338
6. Contenido y ejercicio	340
<i>Bibliografía</i>	344
CAPÍTULO 18. La protección de datos, por M.^a ROSA ABAD AMORÓS	347
1. Planteamiento general del tema	348
2. La compleja constitucionalización del nuevo derecho fundamental a la protección de datos personales	349
3. Aporte legislativo y jurisprudencial europeo en el reconocimiento del derecho a la protección de datos	353
4. Elementos del derecho fundamental a la protección de datos personales	356
4.1. Función del derecho fundamental a la protección de datos	357
4.2. El objeto	357
4.3. El contenido	358
4.4. El sujeto titular	360
4.5. Los límites	361
5. Última consideración	362
<i>Bibliografía</i>	362
<i>Páginas web</i>	364
CAPÍTULO 19. El secreto judicial, por MANUEL SÁNCHEZ DE DIEGO ..	365
1. La publicidad judicial como principio constitucional	365
1.1. Finalidades del principio de publicidad	368
1.2. Clases de publicidad judicial	370
1.3. El secreto judicial como excepción	370
1.4. Medios de comunicación social y publicidad judicial. La tensión. Periodismo <i>versus</i> Justicia como punto de partida	372
2. El secreto sumarial de las actuaciones penales	373
2.1. La responsabilidad por la violación del secreto del sumario	376
3. La publicidad del juicio oral	380
3.1. El acceso de los medios de comunicación a los juicios orales	384
3.2. Acceso de los medios de comunicación a las salas de vista en otros países	388
3.3. Los juicios paralelos	389
4. El secreto de las deliberaciones de los órganos colegiados	393
<i>Bibliografía</i>	394

CAPÍTULO 20. El derecho de rectificación , por LEOPOLDO ABAD AL-CALÁ	397
1. Conceptualización	397
2. Antecedentes históricos en el Ordenamiento jurídico español	400
3. El derecho de rectificación en el Derecho comparado	405
4. La Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, reguladora del derecho de rectificación	412
<i>Bibliografía</i>	417

TERCERA PARTE

EMPRESAS Y MEDIOS

CAPÍTULO 21. Estructura y actividad de las empresas de comunicación , por ALFONSO SÁNCHEZ-TABERNEO	421
1. Las paradojas del crecimiento	422
2. Estrategias empresariales	425
3. Procesos de diversificación y tácticas «defensivas»	428
4. Integración vertical y horizontal	430
5. Grupos multimedia y expansión internacional	433
6. El problema de la libre competencia	436
<i>Bibliografía</i>	440
CAPÍTULO 22. Los medios de prensa escrita , por JUSTINO SINOVA ...	443
1. Máximo control histórico sobre la Prensa	444
2. Mínima regulación actual	447
3. El secuestro de publicaciones	448
4. La Ley de Prensa de 1966	449
5. Empresas y periodistas	450
6. Las ayudas a la Prensa	452
7. La concentración de medios	452
<i>Bibliografía</i>	453
CAPÍTULO 23. La publicidad (I) , por ALFONSO MÉNDIZ NOGUERO ...	455
1. Creciente complejidad del fenómeno publicitario	455
2. Nuevo concepto jurídico de publicidad: «comunicación comercial»	457
3. Fundamentos del Derecho a la Publicidad	460
3.1. Dimensión esencialmente comunicativa de la publicidad ...	460
3.2. El Derecho a la Publicidad: hacia una disciplina específica ..	461
4. Fuentes legales en Europa y América	463
4.1. Normas comunitarias	463
4.2. Normativa española	464
4.3. Estados Unidos	465

4.4.	Argentina	465
4.5.	México	466
4.6.	Chile	466
4.7.	Perú	467
4.8.	Colombia	467
4.9.	Brasil	468
4.10.	Panamá	468
4.11.	Venezuela	468
5.	Sujetos de la Publicidad	469
5.1.	Sujeto receptor de la publicidad	469
5.1.1.	Fundamento del derecho a recibir publicidad	469
5.1.2.	Los derechos de los consumidores y usuarios	471
5.2.	Sujetos promotores de la publicidad	473
5.2.1.	Fundamento del derecho a difundir publicidad	473
5.2.2.	Relaciones contractuales entre los promotores	475
5.2.2.1.	Contrato de publicidad	475
5.2.2.2.	Contrato de creación publicitaria	478
5.2.3.	Los derechos de autor publicitarios	478
5.2.4.	La autorregulación profesional	479
	<i>Bibliografía</i>	480
CAPÍTULO 24. La publicidad (II), por ALFONSO MÉNDIZ NOGUERO ..		483
1.	Medios publicitarios	483
1.1.	Relaciones contractuales en la difusión de la publicidad	484
1.1.1.	Contrato de difusión publicitaria	484
1.1.2.	Inexistencia de contrato de intermediación publicitaria	485
1.2.	Regulación especial del medio televisivo	486
1.2.1.	Contenidos	487
1.2.2.	Público infantil	487
1.2.3.	Delimitación del tiempo y el espacio	488
2.	Mensajes publicitarios	489
2.1.	Principio de veracidad	490
2.2.	Principio de autenticidad	491
2.3.	Principio de competencia leal	493
2.4.	Principio de legalidad	494
3.	Nuevas formas publicitarias: el emplazamiento de producto	495
3.1.	Orígenes de la técnica	495
3.2.	Estrategias comerciales	496
3.3.	Acusaciones de ilegalidad	497
3.3.1.	Publicidad ilícita	497
3.3.2.	Publicidad subliminal	498
3.3.3.	Publicidad engañosa	498
3.4.	El emplazamiento como publicidad encubierta	499

3.5. Separación entre publicidad y programación/información . . .	500
3.6. Propuestas para una salida jurídica	502
<i>Bibliografía</i>	505
CAPÍTULO 25. Introducción técnico-jurídica a la radiodifusión, por	
FRANCISCO SANABRIA MARTÍN	507
1. Introducción	507
2. El concepto de radiodifusión	508
2.1. La radiodifusión en el marco de las telecomunicaciones . . .	508
2.2. El concepto técnico de radiodifusión	509
2.3. La noción usual de radiodifusión	510
2.4. Medios audiovisuales, instantáneos y electrónicos	511
2.5. Tratamiento jurídico conjunto de la radiotelevisión	512
3. Caracteres de la radio y la televisión como medios de comunicación social	513
3.1. La radiotelevisión como conjunto organizado	513
3.2. Algunos conceptos básicos	514
3.2.1. El espectro radioeléctrico	514
3.2.2. Concepto jurídico de radiodifusión	514
3.2.3. Aplicación de los principios jurídicos generales . . .	515
4. El papel del Estado en materia de radiodifusión	516
4.1. Causas de la intervención de los Estados	516
4.2. El carácter de servicio público de la radiodifusión	517
4.2.1. La polémica sobre el carácter de la actividad	517
4.2.2. Servicio público y régimen de gestión	518
4.2.3. Algunas precisiones necesarias	519
4.2.4. Servicio público y régimen de creación de empresas	519
4.3. La acción estatal en la radiodifusión	520
4.3.1. La acción normativa	520
4.3.2. La acción administrativa	520
4.3.2.1. Acción sobre los operadores	521
4.3.2.2. Aseguramiento de la recepción por los usuarios	521
4.3.2.3. Medidas de fomento	521
5. Los sistemas de explotación y gestión	522
5.1. Un posible esquema de referencia	522
5.2. Algunas consideraciones valorativas	523
6. La radiodifusión como empresa	523
6.1. Las actividades de la empresa radiodifusora	524
6.2. Los esquemas organizativos	524
6.2.1. Notas propias de las empresas públicas	524
6.2.2. Notas propias de las empresas privadas	525
6.3. La estructura comunicacional	525
7. El personal de la radiodifusión	526

8. La financiación de la radiotelevisión	526
9. Los contenidos de la radiodifusión	527
9.1. Requisitos generales	527
9.2. Requisitos específicos	528
9.3. Requisitos relativos a la publicidad	528
9.4. Control y vigilancia	528
10. La distribución y recepción de emisiones de radiodifusión	529
<i>Bibliografía</i>	529
CAPÍTULO 26. La convergencia de los medios: televisión y radio digital , por LORETO CORREDOIRA Y ALFONSO	531
1. Conceptos y clasificación	531
1.1. Clasificación de la televisión y radio digital según el modo de distribución	532
1.2. Las redes de distribución de televisión digital	533
2. Servicios audiovisuales	535
3. La convergencia de medios	538
3.1. Estudio actual de la convergencia	539
3.2. Consecuencias jurídicas	541
<i>Bibliografía</i>	543
CAPÍTULO 27. Internet (I) , por LORETO CORREDOIRA Y ALFONSO	545
1. Internet: nuevo paradigma para el Derecho de la Información	545
1.1. Coordenadas: espacio, geografía y jurisdicción	546
1.2. Evolución del sufijo «de la información»	547
1.3. Consecuencias de la «patrimonialización» de la información	549
1.4. Una sociedad de relaciones. De la sociedad de la información a la sociedad de las apariencias	550
2. Función del Derecho en el ciberespacio	552
2.1. Vuelta a los principios	553
2.2. El fomento de Internet	555
2.3. Principales acciones y documentos internacionales	555
3. La gobernabilidad de Internet (otro punto de vista)	557
3.1. La regulación de las «arquitecturas»	557
3.2. El mero papel de ICANN	558
<i>Bibliografía</i>	560
CAPÍTULO 28. Internet (II) , por LORETO CORREDOIRA Y ALFONSO	561
1. El derecho de acceso a Internet: ¿nuevo derecho humano?	561
1.1. El acceso a Internet, parte del derecho a la cultura y a la información	561
1.2. Características del «derecho de acceso» a Internet	562
2. Principales embates jurídicos en la red	566
2.1. Los contenidos ilícitos y los menores	566

2.1.1.	Respuestas sociales y de la industria: filtros, etc. . . .	568
2.2.	<i>Copyright, copyleft</i> : principales retos de la protección de la «obra intelectual» en Internet	570
2.3.	Los dominios o nombres en Internet	574
2.3.1.	Problemática general sobre la protección de la propiedad industrial Internet	577
<i>Bibliografía</i>		577
CAPÍTULO 29. El cine y el Derecho , por JOSÉ IGNACIO CUENCA		579
1.	Introducción	579
2.	El Cine en el Derecho	580
2.1.	El Derecho de la información y el cine	580
2.1.1.	Los sujetos	581
2.1.1.1.	El sujeto universal	581
2.1.1.2.	El sujeto cualificado	582
2.1.1.3.	El sujeto organizado	583
2.1.2.	El medio	584
2.1.3.	El mensaje	585
2.2.	El fomento y el control de la cinematografía	585
2.2.1.	El fomento	585
2.2.2.	El control	586
2.3.	Hacia una perspectiva ética	587
3.	El Derecho en el Cine	587
3.1.	¿Ficción o realidad?	588
3.2.	El género jurídico	589
3.2.1.	Concepto	589
3.2.2.	Evolución	589
3.2.3.	El juicio: la estrella del género jurídico	592
3.2.4.	Los actores principales	592
3.2.5.	Los regímenes penitenciarios	593
3.2.6.	La justicia	594
<i>Bibliografía</i>		595