

Plan 302 Lic.Publicidad y R. Públicas

Asignatura 30849 LIBERTADES PUBLICAS Y PUBLICIDAD

Grupo 1

Presentación

La asignatura trata de reflexionar sobre la influencia de los derechos y libertades fundamentales en la configuración del marco jurídico de la publicidad.

Programa Básico

Objetivos

Se pretende conseguir que el alumno reflexione críticamente sobre la relación entre la publicidad y los derechos fundamentales.

El alumno será capaz al final de curso de ponderar entre la libertad de expresión e información, la libertad de empresa, el derechos al honor, a la intimidad y a la propia imagen, la protección de la infancia, para resolver conflictos jurídicos.

Programa de Teoría

INTRODUCCIÓN : LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS FUNDAMENTALES Y LAS LIBERTADES PÚBLICAS.

Lección 1^o.- Introducción.

1. La publicidad como objeto del derecho. 2. El ordenamiento jurídico español sobre la publicidad. 3. Las libertades públicas en la publicidad. 4. La protección supranacional: el Convenio y el Tribunal Europeo de Derechos Humanos.

PARTE PRIMERA : LOS DERECHOS DE LA LIBRE COMUNICACIÓN PÚBLICA.

Lección 2^a.- La libertad de expresión.

1. El deslinde entre las libertades de expresión e información. La distinción entre hechos y juicios de valor. 2. La modulación del contenido en función del sujeto que ejerce la libertad de expresión y de las circunstancias de hecho. 3. La prohibición de insultos. Uso y abuso.

Lección 3^a.- La libertad de información.

1. Titularidad y medios de comunicación social. 2. El requisito constitucional de la veracidad. El test de diligencia debida del informador. 3. La relevancia pública de los hechos, la noticia, y del personaje. 4. La obtención legítima de información. 5. ¿Existe un contenido prestacional? ¿La radiodifusión como servicio público?

Lección 4^a.- La protección constitucional de otras manifestaciones de la libertad de comunicación pública: especial referencia a la libertad de expresión comercial y publicitaria.

1. La libertad de creación artística, científica y literaria. 2. La libertad de recepción de contenidos comunicativos. 3. La libre creación de medios de comunicación. 4. Los derechos de los periodistas: el secreto profesional y la cláusula de conciencia. 5. La libertad de expresión comercial y publicitaria: especificidades.

PARTE SEGUNDA : LOS LÍMITES A LOS DERECHOS DE LA LIBRE COMUNICACIÓN.

Lección 5^a.- La prohibición de censura previa y la exclusión de secuestros administrativos.

1. Prohibición de censura previa. 2. Prohibición del secuestro administrativo y preventivo de publicaciones. 3.- El secuestro judicial como excepcional y controvertida medida cautelar.

Lección 6^a.- Límites basados en intereses generales.

1. El concepto de medida necesaria en una sociedad democrática y el juicio de proporcionalidad. La inexistencia de derechos absolutos. 2. La seguridad pública. 3. Las ofensas a los símbolos del Estado. 4. La protección a la infancia. 5. La autoridad del Poder Judicial. 6. La moral. 7. La defensa de la democracia.

Lección 7ª. La protección de los derechos de la personalidad.

1. El concepto de agresión informativa. 2. El derecho al honor. 3. La intimidad personal y familiar. 4. La propia imagen. 5. Los procedimientos jurisdiccionales de protección de estos derechos. El derecho y la acción de rectificación. 6. Los conflictos con la libertad de información: contenido esencial y ponderación. 7. El mercado de las ideas.

Programa Práctico

En las primeras semanas del curso se suministrará al alumnado una serie de Sentencias para su lectura y posterior discusión en clase, de forma individual o grupal.

Evaluación

El examen final será el instrumento principal de calificación de los alumnos. No obstante, se realizarán prácticas a lo largo del curso que, junto a la asistencia y participación efectiva en clase, también serán criterios tenidos en cuenta a la hora de la evaluación.

Bibliografía

Las explicaciones podrán ser completadas y precisadas en los siguientes manuales:

- Joaquín URIAS: Lecciones de derecho de la información, Ed. Tecnos, Madrid, 2003.
 - Lluís de CARRERAS, El régimen jurídico de la información, ed. Ariel, Barcelona, 1996.
 - Julián RODRÍGUEZ PARDO: Derecho de la Comunicación, Laverde ediciones, Santiago de Compostela, 1999.
-