

# ÍNDICE

Pág.

<b>PRÓLOGO</b> .....	xiii
<b>CAPÍTULO I. EL DERECHO A LA PROPIA IMAGEN EN EL MARCO DE LOS ESPECTÁCULOS DEPORTIVOS PROFESIONALES</b> .....	1
<b>1. El derecho fundamental al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen en la Constitución</b> .....	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>
<b>2. Relación y articulación de los derechos de la personalidad con la libertad de expresión y de información .....</b>	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
<b>3. Las imágenes de los espectáculos deportivos y la teoría de los bienes inmateriales .....</b>	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
 <b>CAPÍTULO II. LA ORDENACIÓN LEGAL DEL CONTENIDO PATRIMONIAL DE LAS IMÁGENES DEPORTIVAS .....</b>	 57
<b>1. La ordenación legal del contenido patrimonial de las imágenes deportivas: aproximación general a la cuestión .....</b>	59

	<u>Pág.</u>
<b>2. El valor patrimonial de la imagen de los deportistas y de los espectáculos deportivos: consideraciones generales.....</b>	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
<b>3. La dificultad de configuración jurídica del valor de las imágenes de los acontecimientos deportivos .....</b>	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
<b>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.....</b>	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
<b>5. Las formas y soportes en la disposición de los eventos deportivos .....</b>	<b>134</b>
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
<b>CAPÍTULO III. EL MERCADO DE LAS IMÁGENES DEPORTIVAS .....</b>	<b>169</b>
1. <b>Introducción general.....</b>	<b>171</b>
2. <b>El sistema económico en el marco de la Unión Europea: su incidencia y aplicación en el marco de las telecomunicaciones .....</b>	<b>173</b>
3. <b>El límite de la gestión liberalizada: los fines de información general.....</b>	<b>179</b>
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
<b>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.....</b>	<b>229</b>
4.1. Las de procedencia directa del Derecho Comunitario.....	230
4.2. Las procedentes de la regulación española de la competencia.....	238