

UNIVERSIDAD DE LA REPUBLICA
FACULTAD DE DERECHO
BIBLIOTECA ✓

ÍNDICE

PRÓLOGO.....	VII
--------------	-----

Capítulo I

DE LA LIBERTAD DEL INDIVIDUO
A LA LIBERTAD DE LOS PUEBLOS

I. Introducción.....	1
II. La libertad política.....	4
III. La soberanía y la autodeterminación	6
IV. La autodeterminación de la nación	17
V. Las minorías.....	28
VI. El orden público	40

Capítulo II

LA SOCIEDAD DEMOCRÁTICA Y LA OPINIÓN PÚBLICA

I. Introducción.....	47
II. La sociedad democrática	48
A. La democracia en América.....	48
B. El gobierno democrático	54
III. La opinión pública.....	58
A. Las funciones de la opinión pública.....	58
B. Los contenidos y modalidades de la opinión pública	65

Capítulo III

EL DERECHO A RECIBIR INFORMACIÓN

I. Introducción.....	85
----------------------	----

II. La información pública	90
A. La libertad de circulación	90
B. Las fuentes de la información	94
C. Derecho del público a estar informado	102
D. La calidad de la información	104
III. La situación en el Uruguay	107
A. Reglamentación de las comunicaciones	107
B. El derecho de acceso a la información	108
C. La jurisprudencia de hábeas data	116
IV. Las garantías al acceso a la información en España	121
V. El acceso a la información en el sistema interamericano ..	125
VI. El contenido y los límites del derecho a la información ...	131
A. Los periodistas	131
B. La veracidad de la información	133
C. El derecho de utilizar cualquier medio de difusión	135
D. El Estado y el derecho de acceso a la información	136
VII. Apéndice. El derecho del Estado a recibir información ...	139
A. Planteo del problema	139
B. Modalidades de acceso a la información	141
C. Fundamentos del derecho del Estado	146
VIII. El acceso a las informaciones privadas o confidenciales	152
A. El derecho a la autodeterminación informativa	152
B. El derecho comparado	155
C. Reglamentación nacional	161
D. El secreto profesional como garantía	164

Capítulo IV

LAS INFORMACIONES PÚBLICAS y EL ESPACIO PÚBLICO

I. Introducción. Planteo del tema	169
II. Los actos del Estado	174
III. Actos internacionales del Estado	177
IV. Los actos de los actores políticos	179
V. Los actores sociales en el espacio público	187
VI. La publicidad comercial	194

A. Introducción al tema	194
B. La teoría de la ilegitimidad de la publicidad	196
C. La justificación de la información publicitaria	198
D. La visión de la jurisprudencia	201
D.1. Corte Europea de Derechos Humanos	201
D.2. La Suprema Corte de los Estados Unidos y de Canadá.	204
E. La reglamentación nacional de la publicidad	208
VII. La protección del consumidor y la salud pública.....	210

Capítulo V

LA DIMENSIÓN GLOBAL DE LA COMUNICACIÓN

I. Introducción	215
II. La legislación nacional sobre información ambiental.....	222
III. La práctica nacional sobre la audiencias públicas.....	226
IV. Naturaleza jurídica del derecho a la participación	235
V. La jurisprudencia	242
A. Jurisprudencia de Uruguay	242
B. Jurisprudencia de España.....	245

Capítulo VI

LA COMUNICACIÓN ESPACIAL: LAS TELECOMUNICACIONES

I. Introducción. El marco jurídico internacional	251
II. El régimen jurídico nacional	256
III. Televisión por cable	263
IV. Las radios comunitarias	273
V. La libertad de antena en la jurisprudencia.....	280

Capítulo VII

LA CULTURA Y LA INFORMACIÓN

I. Introducción	287
II. Los derechos culturales	289
III. Los derechos culturales en la doctrina.....	296

A. La visión internacional de Héctor Gros espiell.....	296
B. La visión constitucional de Augusto Durán Martínez ...	299
C. La visión desde la ciencias política y sociales. Gerardo Caetano y Hugo Achugar	302
D. Otras consideraciones desde la filosofía.....	305
IV. Las manifestaciones culturales en Uruguay	311
A. Una aproximación desde el pasado próximo	311
B. La cultura y la identidad nacional	316
C. La diversidad cultural	322
D. El multiculturalismo	326
V. La cultura como realidad	332
BIBLIOGRAFÍA.....	335