Universidad de Navarra

Marco legal de la comunicación (MGEC)

Guía docente 2025-26

PRESENTACIÓN

Breve descripción: La asignatura pretende, desde una óptica eminentemente práctica, abordar las principales cuestiones jurídicas que afectan a los contenidos y a las empresas de comunicación en la actualidad, de manera que el alumno conozca los principales mecanismos jurídicos de protección de las diversas creaciones industriales, deteniéndose en el análisis del régimen jurídico de los diversos instrumentos que configuran la propiedad industrial (patentes, marcas, nombres de dominio modelos de utilidad, diseños industriales, etc.) en nuestro país y en el entorno internacional, tomando especial consideración a todos los avances tecnológicos con impacto en la industria. Asimismo, se pretende realizar un análisis de la normativa que afecta a la libertad de expresión e información y su confrontación con los derechos al honor, la intimidad y la propia imagen. Será igualmente objeto de estudio el régimen de responsabilidad derivado de la explotación de contenidos en Internet y el régimen de responsabilidad de administradores y empresas como consecuencia de una administración no diligente o dolosa.

- **Titulación**: Máster Universitario en Gestión de Empresas de Comunicación
- **Módulo/Materia**: 3. Políticas de empresa / 3.2 Entornos de la comunicación
- **ECTS**: 2,5
- **Curso, semestre**: 1
- **Carácter**: Obligatorio
- **Profesorado**: Alejandro Touriño, José Manuel Gómez Bravo
- **Idioma**: Castellano
- **Aula, Horario**: Aula 4. Viernes de 15:15h a 21:00h y sábado de 09:00h a 13:30h

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

CONOCIMIENTOS

CTO-CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CTO-CE6 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área del análisis de clientes y audiencias.

CTO-CE 12 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área de las políticas de la empresa y de su estrategia a largo plazo - el desarrollo de políticas y estrategias apropiadas dentro de un entorno cambiante, para satisfacer los intereses de la empresa, de sus clientes y stakeholders.

CTO-CE 13 - Dentro del amplio marco de las organizaciones, de su contexto externo y de los procesos de gestión, los titulados deben ser capaces de adquirir conocimientos y desarrollar su comprensión en el área de las relaciones de las empresas con sus entornos - incluye la sostenibilidad, la globalización, la responsabilidad social corporativa, y la relación con los marcos regulatorios.

HABILIDADES

HAB-CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

HAB-CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

HAB-CG2 - Ser capaz de expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en la exposición de planes, informes y propuestas en el ámbito de la gestión. En esa expresión se primarán el orden, la claridad y la creatividad, y se tendrá en cuenta la habilidad para divulgar ese conocimiento a personas expertas y no expertas.

HAB-CG3 - Ser capaz de dominar la comprensión oral y escrita de un idioma extranjero, con especial aplicación a las habilidades de comprensión en cuanto a terminología del mundo de los negocios y de los medios de comunicación.

HAB-CG8 - Ser capaz de desarrollar habilidades para la planificación y gestión del tiempo, para la resolución eficaz de problemas y la toma de decisiones en entornos de trabajo en equipos interdisciplinares.

HAB-CG9 - Ser capaz de utilizar las herramientas digitales básicas para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.

CAPACIDADES

CAP-CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CAP-CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CAP-CG1 - Ser capaz de integrar conocimientos avanzados sobre un tema y para hacer frente a la resolución de problemas complejos.

CAP-CG4 - Ser capaz de realizar eficazmente procesos de análisis, síntesis, crítica y autocrítica, aplicados a la comprensión de conocimientos y problemas complejos.

CAP-CG5 - Ser capaz de valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.

CAP-CG6 - Ser capaz de analizar la realidad, de diagnosticar problemas, y de formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.

CAP-CG7 - Ser capaz de buscar y gestionar información relevante para adaptarse con flexibilidad a nuevas situaciones y cambios.

CAP-CG10 - Ser capaz de desarrollar sus competencias profesionales en el marco de una sociedad abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria.

CAP-CG11 - Ser capaz de entender la importancia de la cultura emprendedora y de conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.

CAP-CG12 - Ser capaz de valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

CAP-CG13 - Ser capaz de apreciar el conocimiento de otras culturas y costumbres, y valorar la diversidad multicultural y la habilidad para trabajar en un contexto internacional.

CAP-CG14 - Ser capaz de asumir como profesional y como ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida, y el compromiso de seguir aprendiendo a través de la reflexión sobre la práctica y la experiencia.

CAP-CG15 - Ser capaz de percibir la importancia del compromiso ético y deontológico, y de la preocupación por la calidad y el rigor en el ejercicio del desarrollo profesional.

PROGRAMA

PARTE 1. Prof. Alejandro Touriño, Socio Director de ECIJA (5 sesiones)

Metodología: El módulo combinará, de un lado, explicaciones teóricas focalizadas en la presentación de los principios del derecho aplicados al sector de la comunicación; y, de otro, la realización de casos prácticos sobre los diferentes aspectos de la materia que se tratará a lo largo del módulo.

Los casos prácticos serán expuestos en clase y exigirán su preparación fuera de ella por parte del alumno. Cada caso será comentado y resuelto en clase a fin de revisar la normativa, explicar aspectos prácticos del tema y resolver todas las dudas que hubieran podido surgir al alumno.

Sesión 1: Libertad de expresión e información vs. Derecho al Honor, Intimidad y Propia Imagen.

Sesión 2: Propiedad Industrial.

Sesión 3: Derecho de competencia desleal.

Sesión 4: Régimen de responsabilidad de prestadores de servicios de la sociedad de la información.

Sesión 5: Caso práctico. Retos jurídicos en la creación de contenidos mediante IA.

PARTE 2. Prof. José Manuel Gómez Bravo (4 sesiones)

Metodología: Se explicará una introducción a la materia con un enfoque práctico para las cuatro sesiones con una visión sobre la Propiedad Intelectual y la creación, explotación y distribución de derechos y de contenidos en relación, los “media”, las industrias culturales, y tecnológicas.

Sesión 1. Introducción**:** Propiedad Intelectual. Objeto y evolución histórica situación actual. Sistemas diferenciados. La Protección de la PI en relación con las diferentes modalidades y ventanas de explotación.

Sesión 2. Las EEGG y la gestión de derechos de los diferentes titulares. La importancia del algoritmo.

Sesión 3. Aspectos negóciales prácticos. Adquisición y Explotación de los derechos: La compra, distribución, comunicación y venta de derechos en el ámbito tradicional, digital e interactivo. **Caso Rosalía y C Tangana (se explica en clase, no hace falta leer nada).**

Sesión 4. La PI en los medios de comunicación como titulares y usuarios de derechos. La Convergencia de la PI: streaming, podcast y catch up, Aspectos regulatorios: **Casos Google, YouTube y, la IA Tangana (se explica en clase, no hace falta leer nada).**

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases presenciales. 50 horas. 100% presencialidad.

Discusión de casos. 50 horas. 100% presencialidad.

Trabajo individual 112.5 horas. 0% presencialidad.

Reuniones de grupo. 50 horas. 0% presencialidad.

Tutorías 2.5 horas. 100% presencialidad.

Seminarios 12.5 horas. 100% presencialidad.

Evaluación 22.5 horas. 100% presencialidad.

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

Alejandro Touriño:

El sistema de evaluación quedará determinado en un 70% por la asistencia e intervención destacada en clase. El 30% restante se asignará en atención a un ejercicio práctico individual a realizar fuera del aula.

José Manuel Gómez Bravo:

25% Participación y atención

25% Taller práctico

25% Breve prueba oral

25% Trabajo - Taller

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

A concretar con el profesor

HORARIOS DE ATENCIÓN

Universidad de Navarra

D. Alejandro Touriño (atourino@ecija.com)

- Horario de tutoría: A determinar por correo. Edificio alumni. Universidad de Navarra. (Campus Madrid). Sala de reuniones.

D. José Manuel Gómez Bravo (jmgomezb@prisamedia.com)

- Horario de tutoría: A determinar por correo. Edificio alumni. Universidad de Navarra. (Campus Madrid). Sala de reuniones.

BIBLIOGRAFÍA

Alejandro Touriño

Se proponen a continuación las siguientes lecturas recomendadas:

- "Memento Derecho de las Nuevas Tecnologías 2022-2023", VVAA. Lefebvre El Derecho. Localízalo en la biblioteca

- "Manual de Propiedad Intelectual" 10 ª Edición, VVAA, Tirant lo Blanch Localízalo en la biblioteca [Versión electrónica]

José Manuel Gómez Bravo:

Se recomienda leer:

- Páginas web de la OMPI (WIPO en inglés) sobre ¿Qué es la P?: **https://www.wipo.int/es/web/copyright**
- Manual de Propiedad Intelectual de Rodrigo Bercovitz. Editorial Tirant Lo Blanc. leer una idea introductoria y definitorias del derecho de autor para la primera clase y luego les explicaré.