

ÍNDICE

Abreviaturas	5
Introducción	6
CAPÍTULO I	
Conceptos básicos y aspectos jurídicos de la comunicación	
1. El derecho a la comunicación como derecho humano.	10
2. El derecho a la información. Distinciones. Elementos.	13
2.1. El derecho a la información como derecho constitucional o derecho público subjetivo.	15
2.2. Derecho a recibir información.	17
2.3. Derecho a entregar información.	21
2.4. Derecho de acceso a la información.	22
3. El derecho a la libertad de expresión.	26
3.1. Evolución histórica del concepto en los textos constitucionales	26
3.2. La libertad de expresión ante la jurisprudencia internacional de derechos humanos	32
3.3. Características principales	34
CAPÍTULO II	
La comunicación de gobierno	
1. Fundamentación teórica de la comunicación de gobierno.	38
2. Delimitación conceptual de la comunicación de gobierno.	40
2.1. Carácter y contexto político.	42
2.2. Contexto de elevado escrutinio público.	43
3. La comunicación de gobierno como forma de comunicación de masas.	46
4. Relación entre la difusión de políticas públicas y la libertad de expresión e información.	49
4.1. Los límites de la comunicación de gobierno	52

4.2. La admisibilidad de las limitaciones bajo la Convención Americana sobre Derechos Humanos	57
5. Contexto internacional: Chile y el Open Government Partnership.....	62

CAPITULO III

La estructura y organización de la comunicación de gobierno en Chile

1. La regulación jurídica de la comunicación de gobierno....	65
1.1. Normas que regulan el Ministerio Secretaría General de Gobierno.	67
1.1.1. Antecedentes históricos del Ministerio Secretaría General de Gobierno.	71
1.1.2. Función comunicacional del Ministerio Secretaría General de Gobierno.	76
1.1.3. Jurisprudencia de la Contraloría General de la República sobre el rol del Ministerio.	80
2. La Ley de Televisión Digital y las campañas de interés público.	82
3. El gasto público en publicidad oficial	85
3.1. Regulación del gasto en campañas públicas y publicidad oficial	92
3.2. Análisis del artículo 3° de la Ley N° 19.896	95
4. Limitaciones en la Ley de Presupuestos	101
5. La discrecionalidad de la Autoridad en la publicidad oficial.	103
5.1. Elección de los medios idóneos.	104
6. Principios rectores de la regulación en materia de publicidad oficial	106
7. Los límites de la publicidad oficial en la jurisprudencia administrativa de la Contraloría General de la República.....	110
8. Nuevas tecnologías de la información y comunicación.....	111

CAPÍTULO IV

Los fines de la comunicación de gobierno

1. El rol de la comunicación de gobierno en la democracia.	114
2. La transparencia y el acceso a la información.	118
3. La comunicación de gobierno como medio de rendición de cuentas o accountability para la ciudadanía.	120
Conclusiones	124
Bibliografía	130
1. Textos legales	133
2. Artículos de revistas	135
3. Artículos electrónicos	136
ANEXO: Diagrama de la estructura orgánica de la Secretaria de Comunicaciones y Cultura perteneciente al Ministerio Secretaría General de Gobierno	139