La presente obra abarca, en más de 2.000 voces, el amplio escenario jurídico –nacional e internacional– de los medios de comunicación. Conceptos técnicos, definiciones, abreviaturas, siglas y acrónimos, juntamente con la normativa regulatoria de las nuevas tecnologías de la información, son expuestos con precisión y claridad. Se han incorporado a las numerosas voces, disposiciones contenidas en constituciones, tratados, leyes, decretos y resoluciones de nuestro país y del extranjero, enriqueciéndose el texto con la jurisprudencia y la doctrina vinculadas a los diversos sectores de la comunicación. Telecomunicaciones, radio, televisión, servicios postales, hábeas data, canales de cable, delitos informáticos, medios gráficos, firma digital, colegiación de periodistas, *spam*, espectro radioeléctrico, propiedad intelectual, servicio universal, derecho a la intimidad, libertad de expresión, publicidad, marcas y patentes, códigos de ética, empresas periodísticas, informática, Internet, cinematografía, derecho de réplica, teatro, actividad de los profesionales de los medios de comunicación, satélites, censura, video, fotografía, organismos públicos en comunicaciones y delitos contra la prensa, son, entre otros, ejemplo de la pluralidad de términos analizados en la presente realización. En definitiva, un material de trabajo y consulta imprescindible para todas aquellas personas interesadas en el conocimiento de esta compleja, moderna y cambiante disciplina.

ESTA OBRA ES PRESENTADA POR EL INSTITUTO DE DERECHO DE LAS COMUNICACIONES DE LA FACULTAD DE DERECHO DE LA UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES