

M A N U A L E S

Emilio Guichot
(Coordinador)

DERECHO
DE LA
COMUNICACIÓN

Autores:

Andrés Boix Palop
Juan Antonio Carrillo Donaire
Emilio Guichot
Susana de la Sierra
Víctor J. Vázquez Alonso

Tercera edición

61



57.961

EMILIO GUICHOT

(Coordinador)



DERECHO DE LA COMUNICACIÓN

TERCERA EDICIÓN

Autores:

Andrés BOIX PALOP

Juan Antonio CARRILLO DONAIRE

Emilio GUICHOT

Susana DE LA SIERRA

Víctor J. VÁZQUEZ ALONSO



iustel

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	13
ABREVIATURAS	19
Capítulo I. Aspectos constitucionales del Derecho de la comunicación	23
I. INTRODUCCIÓN: LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y SUS LÍMITES CONSTITUCIONALES	24
II. LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN COMO DERECHOS FUNDAMENTALES	27
1. <i>Las libertades de información y de expresión, su titularidad y su relevancia jurídica</i>	27
2. <i>El distinto objeto de la libertad de expresión y la libertad de información</i>	28
3. <i>La dimensión institucional u objetiva de la libertad de expresión y de la libertad de información. La teoría de la prevalencia de la libertad de información</i>	29
4. <i>Las garantías de la libertad de expresión y de la libertad de información como derechos constitucionales</i>	30
5. <i>El derecho de acceso a la información pública y su entronque con la libertad de información</i>	31
III. LOS REQUISITOS CONSTITUCIONALES DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN	33
1. <i>La exigencia de veracidad, la teoría del reportaje neutral y el derecho de rectificación</i>	33
2. <i>La relevancia pública de la información</i>	39
IV. LA PROHIBICIÓN DE LA CENSURA PREVIA Y EL SECUESTRO DE LAS PUBLICACIONES	40
1. <i>La prohibición de censura previa</i>	40
2. <i>El secuestro judicial de las publicaciones</i>	41

V.	LA TITULARIDAD DE LOS DERECHOS A LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y EXPRESIÓN Y LA ESPECIAL PROTECCIÓN DE LOS PROFESIONALES DE LA INFORMACIÓN: LA CLÁUSULA DE CONCIENCIA Y EL SECRETO PROFESIONAL	44
	1. <i>La titularidad de los derechos a la libertad de información y de expresión</i>	44
	2. <i>La cláusula de conciencia de los periodistas</i>	45
	3. <i>El secreto profesional</i>	47
VI.	EL CONFLICTO DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN CON BIENES PÚBLICOS: LOS SECRETOS OFICIALES Y EL SECRETO DE SUMARIO	50
	1. <i>Los secretos oficiales</i>	50
	2. <i>El secreto de sumario</i>	52
VII.	EL CONFLICTO DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN CON OTROS DERECHOS FUNDAMENTALES: EL CONCEPTO JURÍDICO DE HONOR, INTIMIDAD Y PROPIA IMAGEN	54
	1. <i>El derecho al honor, las especialidades de su titularidad y su protección penal</i>	55
	2. <i>El derecho a la intimidad</i>	63
	3. <i>El derecho a la propia imagen</i>	66
	4. <i>El valor del consentimiento en las informaciones que afecten a la intimidad o a la propia imagen</i>	67
	5. <i>El contenido de la tutela civil de los derechos al honor, a la intimidad y la propia imagen</i>	68
	6. <i>El derecho a la protección de datos y su entronque con los derechos al honor, a la intimidad y la propia imagen</i>	69
	7. <i>La protección de la juventud y de la infancia</i>	72
VIII.	LOS DERECHOS CONSTITUCIONALES EN JUEGO EN LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA Y SU PROTECCIÓN LEGAL	74
	1. <i>Límites a la actividad publicitaria basados en la veracidad y reconocibilidad del mensaje publicitario</i>	76
	2. <i>Límites a la publicidad basados en la protección de la dignidad o los derechos de determinados colectivos más desprotegidos</i>	77
	3. <i>Límites basados en la protección de la salud y la seguridad de los consumidores y usuarios frente a la publicidad de determinados productos</i>	79
Capítulo II. Prensa		81
I.	INTRODUCCIÓN: UN MEDIO SIN REGULACIÓN LEGAL	81

II. LA LEY DE PRENSA: LA FIGURA DEL DIRECTOR Y EL RÉGIMEN DE RESPONSABILIDAD JURÍDICA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN IMPRESA	84
III. LA AUTORREGULACIÓN EN LA PRENSA ESCRITA	86
Capítulo III. Radio y televisión (I). Aspectos generales . . .	89
I. INTRODUCCIÓN: UN ESCENARIO CON MÚLTIPLES ACTORES EN PERMANENTE EVOLUCIÓN NORMATIVA	89
II. REPARTO DE COMPETENCIAS.	90
III. DESARROLLO NORMATIVO.	92
1. <i>La progresiva liberalización de los servicios de comunicación audiovisual en España</i>	92
2. <i>La regulación de los contenidos</i>	95
3. <i>La autorregulación</i>	98
IV. OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN	100
1. <i>Objeto</i>	100
2. <i>Ámbito de aplicación</i>	100
V. LA APLICACIÓN DE LA NORMATIVA AUDIOVISUAL. LAS AUTORIDADES INDEPENDIENTES DE REGULACIÓN	104
VI. EL RÉGIMEN SANCIONADOR	107
Capítulo IV. Radio y televisión (II). Modalidades de prestación	111
I. INTRODUCCIÓN: PÚBLICO Y PRIVADO EN EL «MERCADO» DE LA RADIO Y TELEVISIÓN	111
II. RÉGIMEN JURÍDICO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL POR OPERADORES PRIVADOS	114
1. <i>Los servicios de comunicación audiovisual como servicios de interés general. La importancia del marco jurídico europeo</i>	114
2. <i>El acceso a la prestación de servicios de comunicación audiovisual en la LCCA</i>	116
3. <i>Modalidades de difusión</i>	124
4. <i>Emissiones en cadena</i>	127
5. <i>Obligaciones de must carry/must offer</i>	128
6. <i>Reglas de pluralismo</i>	129
7. <i>Los servicios de comunicación audiovisual sin ánimo de lucro y la televisión de proximidad</i>	131

III. LOS PRESTADORES PÚBLICOS DEL SERVICIO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	133
1. Objeto y ámbito de cobertura	133
2. Aspectos organizativos	135
3. Obligaciones, límites y control del funcionamiento	137
4. Financiación	142
Capítulo V. Radio y televisión (III). Regulación de contenidos	147
I. INTRODUCCIÓN: LA NECESIDAD DE REGULAR LOS CONTENIDOS PARA COMPATIBILIZAR LAS LIBERTADES INDIVIDUALES Y LOS DERECHOS, BIENES Y VALORES COLECTIVOS	147
II. EL EJERCICIO DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y DE EXPRESIÓN Y EL PLURALISMO POLÍTICO, SOCIAL Y CULTURAL EN RADIO Y TELEVISIÓN	150
III. EL DERECHO A LA DIVERSIDAD CULTURAL Y LINGÜÍSTICA	154
1. La protección de la obra europea: aspectos generales	154
2. La reserva de un porcentaje del tiempo de emisión de obra europea o «cuota de pantalla»	157
3. La obligación de contribuir anualmente a la financiación de la producción de obra europea	158
IV. EL DERECHO A UNA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL TRANSPARENTE	160
1. El derecho a conocer la identidad de los prestadores	161
2. El derecho a conocer la programación televisiva con suficiente antelación	161
V. LOS DERECHOS DEL MENOR	163
1. La protección del menor como sujeto y objeto de la información	164
2. La protección frente a los contenidos	165
3. La protección frente a las comunicaciones comerciales	171
VI. LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD	173
VII. LAS COMUNICACIONES COMERCIALES	175
1. El derecho a emitir comunicaciones comerciales y a crear canales dedicados a la emisión de publicidad y teleteleventa	175
2. La separación entre publicidad y contenidos. En especial, el régimen del patrocinio y del emplazamiento de productos	176
3. Límites temporales de la publicidad y la teleteleventa, momentos de interrupción de los programas y condiciones de emisión	180

4. Comunicaciones comerciales prohibidas	186
5. Infracciones y sanciones en materia publicitaria	189
VIII. LAS EMISIONES DEPORTIVAS	191
Capítulo VI. Internet	199
I. INTRODUCCIÓN: DERECHO, INTERNET Y COMUNICACIÓN	199
II. LA CONVERGENCIA DE REGULADORES EN LA ORDENACIÓN DE LA RFD	201
1. Pautas internacionales sobre regulación de la Red	201
2. Competencias sobre Internet y regulación referida a la infraestructura de telecomunicaciones	204
3. Especificidades de la regulación de actividades y servicios desarrollados en Internet	206
III. LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y DE CREACIÓN DE EMPRESAS COMUNICATIVAS EN INTERNET	207
1. Libre creación de medios de comunicación en la Red	207
2. Libertad de expresión e información en Internet e implicaciones constitucionales	209
3. Derechos constitucionales del público e informadores y comunicación en Internet	210
IV. LOS CONTENIDOS EN INTERNET	215
1. El perímetro constitucional de la libertad de expresión en Internet y el «derecho al olvido»	215
2. Responsabilidad por contenidos de terceros en Internet	217
3. Regulación y control de la publicidad en Internet	219
Capítulo VII. Cine	221
I. INTRODUCCIÓN: LA REALIDAD DEL CINE	221
II. RÉGIMEN JURÍDICO	224
1. El contexto internacional	224
2. La dimensión europea	225
3. El Estado y las Comunidades Autónomas	228
4. La dimensión local	231
III. ORGANIZACIÓN	232
IV. MEDIDAS DE ORDENACIÓN: CALIFICACIÓN, REGISTRO, RÉGIMEN DE LAS SALAS DE EXHIBICIÓN, RÉGIMEN SANCIONADOR	235
1. La calificación	235

2.	<i>Los registros</i>	238
3.	<i>Las salas de exhibición</i>	239
4.	<i>Régimen sancionador</i>	243
V.	MEDIDAS DE FOMENTO: AYUDAS PÚBLICAS Y CUOTAS DE PANTALLA	243
1.	<i>Los diferentes tipos de ayudas económicas</i>	244
2.	<i>Las cuotas de pantalla</i>	250
Capítulo VIII. Derechos de autor en el ámbito comunicativo		253
I.	INTRODUCCIÓN: LA PROTECCIÓN JURÍDICA DE LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA Y AUDIOVISUAL EN LA ERA DE INTERNET	253
II.	REPARTO COMPETENCIAL Y EVOLUCIÓN NORMATIVA	258
III.	EL ÁMBITO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL	260
1.	<i>Consideraciones generales sobre el reconocimiento jurídico de la autoría</i>	260
2.	<i>Autoría individual y colectiva: particularidades de la creación periodística y audiovisual</i>	262
IV.	DERECHOS LEGALES DE LOS AUTORES	265
1.	<i>Derechos morales</i>	265
2.	<i>Derechos patrimoniales</i>	267
3.	<i>Excepciones legales</i>	271
4.	<i>Cánones</i>	274
5.	<i>Derechos de «cuasiautoría»</i>	276
V.	LA GESTIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL A TRAVÉS DE ENTIDADES COLECTIVAS	277
VI.	LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL: EL REGISTRO Y LA TUTELA CIVIL, ADMINISTRATIVA Y PENAL DE LOS DERECHOS DE AUTOR	280
1.	<i>El Registro de la Propiedad Intelectual</i>	281
2.	<i>La tutela civil de la propiedad intelectual</i>	282
3.	<i>La represión penal de violaciones de la propiedad intelectual</i> ..	282
4.	<i>La Ley Sínde y la tutela administrativa a través de la Comisión de Propiedad Intelectual</i>	284
BIBLIOGRAFÍA		289