

# Índice

PRESENTACIÓN .....	13
--------------------	----

## PRIMERA PARTE EL MARCO JURÍDICO

### A. CUESTIONES GENERALES

#### INFORMACIÓN Y ELECCIONES EN EL SISTEMA POLÍTICO ESPAÑOL

JOAQUÍN URÍAS  
*Universidad de Sevilla*

I. INFORMACIÓN Y ELECCIONES .....	19
1. Información electoral y derecho de participación .....	19
2. La regulación de las campañas electorales .....	24
3. Los objetivos legítimos de la regulación informativa electoral .....	28
II. LA PROPAGANDA ELECTORAL .....	30
1. Propaganda como libertad de expresión.....	32
2. El control de los contenidos de la propaganda política.....	33
3. La asignación de espacios gratuitos a las fuerzas políticas.....	41
4. La restricción de la publicidad política y electoral .....	46
a. Perspectiva general .....	48
b. Finalidades legítimas .....	50
c. Limitación de publicidad en medios privados y libertad de expresión.....	54
III. LA NEUTRALIDAD ELECTORAL DE LOS PODERES PÚBLICOS.....	58
1. El ámbito permitido para las campañas institucionales .....	60
2. La prohibición de la promoción de logros políticos.....	63
IV. LA INFORMACIÓN ELECTORAL.....	69
1. Libertad de información y restricciones electorales: concepto de información electoral.....	69
2. Regulación legal .....	73
a. Principios que rigen La información electoral en los medios públicos.....	73
b. Obligaciones de los medios privados. Principios aplicables .....	78
3. Normas concretas establecidas por la Junta Electoral Central .....	82
a. El valor de las instrucciones de la Junta Electoral Central..	83
b. El sistema de bloques informativos y los planes de cobertura.....	86
b.1. Los planes de cobertura.....	86

b.2. El sistema de bloques informativos.....	91
b.3. Obligaciones informativas: el concepto de “información electoral”.....	97
c. La inclusión de las fuerzas políticas emergentes.....	104
d. Las instrucciones de la JEC y los medios privados .....	108
V. PERSPECTIVAS DE DESARROLLO Y REFORMAS .....	110

## B. INSTRUMENTOS REGULADORES

### LAS INSTRUCCIONES DE LA JUNTA ELECTORAL CENTRAL EN EL SISTEMA DE FUENTES DEL DERECHO

ROSARIO NARANJO ROMÁN  
*Profesora de Derecho Constitucional*  
*Universidad de Sevilla*

I. LA JUNTA ELECTORAL CENTRAL COMO CÚSPIDE DE LA ADMINISTRACIÓN ELECTORAL.....	115
II. NATURALEZA JURÍDICA DE LA JUNTA ELECTORAL CENTRAL .....	118
III. LAS FUENTES DEL DERECHO EN EL RÉGIMEN ELECTORAL ESPAÑOL: ¿QUÉ LUGAR OCUPAN LAS INSTRUCCIONES DE LA JUNTA ELECTORAL CENTRAL?.....	125
1. Ley Orgánica del Régimen Electoral General y colaboración internormativa .....	125
2. Las Instrucciones de la Junta Electoral Central.....	134
IV. CONCLUSIONES .....	140
V. BIBLIOGRAFÍA .....	142

### LOS PLANES DE COBERTURA INFORMATIVA ELECTORAL

CARLOS MILLÁN RAYNAUD  
*Director-Letrado Servicios jurídicos RTVA*

I. FINALIDAD CONTENIDO Y ELABORACIÓN .....	145
1. Acuerdo 21 de mayo de 1993.....	156
2. Ac. 1 de junio de 2004 .....	156
3. Ac. 11 de junio de 2004 .....	157
4. Ac. 1 de junio de 2004 .....	157
5. Ac. 11 de junio de 2004 .....	158
6. Ac. 7 de junio de 2004 .....	158
7. Ac. 29 de noviembre de 2007 .....	158
II. PROPUESTA DE MEJORA LEGAL .....	160
III. BIBLIOGRAFÍA .....	160

**SEGUNDA PARTE**  
**CUESTIONES ESPECIALMENTE RELEVANTES**

**A. LOS GRUPOS POLÍTICOS SIGNIFICATIVOS**

**EL CONCEPTO DE GRUPO POLÍTICO SIGNIFICATIVO**

MARÍA HOLGADO GONZÁLEZ  
*Prof<sup>a</sup> Titular de Derecho Constitucional*  
*Universidad Pablo de Olavide, de Sevilla*

I.	MARCO NORMATIVO Y ORIGEN DEL CONCEPTO .....	167
II.	ADQUISICIÓN DE LA CONDICIÓN DE GRUPO POLÍTICO SIGNIFICATIVO .....	174
	1. Un único criterio objetivo: porcentaje de votos .....	174
	2. Ámbito de aplicación: cobertura informativa en medios públicos (y privados).....	178
	3. La proporcionalidad de la información de los grupos políticos significativos.....	184
	4. La intervención de los grupos políticos significativos en los debates electorales .....	188
	5. El caso de las coaliciones electorales.....	197
III.	FORMACIONES POLÍTICAS CON ESTATUS DE GRUPO POLÍTICO SIGNIFICATIVO.....	199
IV.	SITUACIONES NO PREVISTAS Y ALGUNAS PROPUESTAS.....	204
V.	BIBLIOGRAFÍA .....	209

**LA DISPUTA POR LA RELEVANCIA MEDIÁTICA: REFLEXIONES EN TORNO AL CONCEPTO DE “GRUPO POLÍTICO SIGNIFICATIVO”**

ALICIA GONZÁLEZ MORO  
*Contratada predoctoral FPU*  
*Universidad de Sevilla*

I.	UNA COMPLEJA CUESTIÓN DE IGUALDAD: EL ACCESO DE LOS GRUPOS POLÍTICOS A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	211
II.	EVOLUCIÓN DE LA DOCTRINA DE LA JUNTA ELECTORAL CENTRAL (1993-2019).....	215
	1. El bipartidismo imperfecto y los debates “cara a cara”: la articulación del criterio de la proporcionalidad y del principio compensatorio.....	216
	2. La aparición de los grupos políticos significativos tras la fragmentación del sistema de partidos: ¿hay espacio para todos? ..	223
III.	BALANCE GENERAL SOBRE LA APLICACIÓN PRÁCTICA DEL GRUPO POLÍTICO SIGNIFICATIVO.....	229

1.	El dilema del <i>primus inter pares</i> : grupos políticos significativos y formaciones con representación parlamentaria.....	230
a.	Grupos políticos significativos y formaciones parlamentarias: el debate a nueve de RTVE .....	231
b.	Grupos políticos significativos y formaciones con grupo parlamentario propio: el debate a cuatro de Atresmedia ....	234
2.	La barrera de entrada para los nuevos partidos: los casos de Más Madrid, Madrid en Pie Municipalista y Vox.....	238
IV.	ALGUNAS REFLEXIONES FINALES .....	244
V.	BIBLIOGRAFÍA .....	246

## B. LOS DEBATES ELECTORALES

### LA CAMPAÑA ELECTORAL A DEBATE

ANA GALDÁMEZ MORALES

*Contratada predoctoral FPU*

*Universidad de Sevilla*

I.	INTRODUCCIÓN .....	251
II.	HACIA UN MODELO <i>DIALOGADO</i> DE CAMPAÑA .....	255
III.	EL MARCO JURÍDICO DE LOS DEBATES ELECTORALES.....	259
IV.	LOS DEBATES ELECTORALES EN ANDALUCÍA. ANÁLISIS DE LOS PLANES DE COBERTURA.....	269
1.	Elecciones europeas 2014.....	270
2.	Elecciones autonómicas 2015.....	270
3.	Elecciones municipales 2015 .....	271
4.	Elecciones generales 2015 .....	272
V.	REFLEXIÓN FINAL: PROPUESTA DE REGULACIÓN DE LOS DEBATES ELECTORALES COMO CENTRO DE LA CAMPAÑA.....	272
VI.	BIBLIOGRAFÍA .....	276

### DEBATES ELECTORALES EN ESPAÑA. REGULACIÓN ACTUAL

SALVADOR CONTRERAS NAVIDAD

*Profesor asociado de derecho constitucional*

*Universidad de Sevilla*

I.	INTRODUCCIÓN .....	281
II.	PLANES DE COBERTURA INFORMATIVA.....	282
III.	DEBATES ELECTORALES .....	287
1.	Regulación .....	288
2.	Derecho de acceso a los debates .....	291
3.	Organización de los debates electorales.....	294

## C. LA IRRUPCIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

### LA DIFUSIÓN DIGITAL DE INFORMACIÓN ELECTORAL Y LA POSICIÓN DE LAS EMPRESAS TECNOLÓGICAS, REDES SOCIALES Y MOTORES DE BÚSQUEDA, EN SU MARCO NORMATIVO

MIRYAM RODRÍGUEZ-IZQUIERDO SERRANO

*Profesora Titular de Derecho Constitucional*

*Universidad de Sevilla*

I.	INTRODUCCIÓN .....	301
II.	LA ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA Y EL MARCO NORMATIVO DE LA INFORMACIÓN ELECTORAL PARA LOS MEDIOS CONVENCIONALES .....	303
	1. La estructura de la comunicación pública y las libertades de comunicación en su ejercicio a través de medios convencionales.....	303
	2. El marco normativo de la información electoral en los medios convencionales y su justificación .....	306
III.	LOS CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA DERIVADOS DE LA INTERMEDIACIÓN DE LAS EMPRESAS TECNOLÓGICAS.....	309
IV.	LA REPERCUSIÓN DE LOS CAMBIOS DERIVADOS DE LA INTERMEDIACIÓN DE LAS EMPRESAS TECNOLÓGICAS SOBRE EL MARCO NORMATIVO DE LA INFORMACIÓN ELECTORAL .....	315
	1. Legislación electoral y acceso a información a través de motores y redes .....	317
	a. Propaganda <i>vs.</i> Información .....	317
	b. Encuestas.....	319
	2. Las empresas tecnológicas ante las restricciones de las libertades informativas en periodo electoral .....	321
	a. El ejercicio de libertades informativas por las empresas tecnológicas .....	321
	b. Acciones regulativas en perspectiva comparada .....	325
V.	CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS .....	328