

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

Primera edición



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

R. 74.727



iustel

# ÍNDICE

PRESENTACIÓN . . . . .	15
ABREVIATURAS . . . . .	19
<b>Capítulo I. Aspectos constitucionales del derecho de la comunicación . . . . .</b>	<b>23</b>
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> . . . . .	32
III. LOS REQUISITOS CONSTITUCIONALES DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN . . . . .	34
1. <i>La exigencia de veracidad, la teoría del reportaje neutral y el derecho de rectificación.</i> . . . . .	34
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> . . . . .	42

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> . . . . .	46
	3. <i>El secreto profesional</i> . . . . .	48
VI.	EL CONFLICTO DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN CON BIENES PÚBLICOS: LOS SECRETOS OFICIALES Y EL SECRETO DE SUMARIO . . . . .	51
	1. <i>Los secretos oficiales</i> . . . . .	51
	2. <i>El secreto de sumario</i> . . . . .	53
VII.	EL CONFLICTO DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN CON OTROS DERECHOS FUNDAMENTALES: EL CONCEPTO JURÍDICO DE HONOR, INTIMIDAD Y PROPIA IMAGEN . . . . .	55
	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> . . . . .	64
	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> . . . . .	68
	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> . . . . .	75
	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> . . . . .	78
<b>Capítulo II. Prensa</b> . . . . .		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
<b>Capítulo III. Radio y televisión (I). Aspectos generales . . .</b>		<b>89</b>
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> . . . . .	96
	3. <i>La autorregulación</i> . . . . .	98
IV.	OBJETO Y ÁMBITO DE APLICACIÓN . . . . .	100
	1. <i>Objeto</i> . . . . .	100
	2. <i>Ámbito de aplicación</i> . . . . .	101
<b>Capítulo IV. Radio y televisión (II). Modalidades de prestación . . . . .</b>		<b>105</b>
I.	INTRODUCCIÓN: PÚBLICO Y PRIVADO EN EL «MERCADO» DE LA RADIO Y TELEVISIÓN . . . . .	105
II.	RÉGIMEN JURÍDICO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL POR OPERADORES PRIVADOS . . . . .	108
	1. <i>Los servicios de comunicación audiovisual como servicios de interés general. La importancia del marco jurídico europeo</i> . . . . .	108
	2. <i>El acceso a la prestación de servicios de comunicación audiovisual en la LGCA</i> . . . . .	111
	3. <i>Modalidades de difusión</i> . . . . .	120
	4. <i>Emisiones en cadena</i> . . . . .	123
	5. <i>Obligaciones de must carry/must offer</i> . . . . .	124
	6. <i>Reglas de pluralismo</i> . . . . .	126
	7. <i>Los servicios de comunicación audiovisual sin ánimo de lucro y la televisión de proximidad</i> . . . . .	128
III.	LOS PRESTADORES PÚBLICOS DEL SERVICIO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL . . . . .	131
	1. <i>Objeto y ámbito de cobertura</i> . . . . .	131

2. Aspectos organizativos . . . . .	132
3. Obligaciones, límites y control del funcionamiento . . . . .	134
4. Financiación . . . . .	139
<b>Capítulo V. Radio y televisión (III). Regulación de contenidos . . . . .</b>	<b>143</b>
I. INTRODUCCIÓN: LA NECESIDAD DE REGULAR LOS CONTENIDOS PARA COMPATIBILIZAR LAS LIBERTADES INDIVIDUALES Y LOS DERECHOS, BIENES Y VALORES COLECTIVOS . . . . .	143
II. EL EJERCICIO DE LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y DE EXPRESIÓN Y EL PLURALISMO POLÍTICO SOCIAL Y CULTURAL EN RADIO Y TELEVISIÓN . . . . .	146
III. EL DERECHO A LA DIVERSIDAD CULTURAL Y LINGÜÍSTICA . . . . .	150
1. <i>La protección de la obra europea: aspectos generales</i> . . . . .	150
2. <i>La reserva de un porcentaje del tiempo de emisión de obra europea o «cuota de pantalla»</i> . . . . .	154
3. <i>La obligación de contribuir anualmente a la financiación de la producción de obra europea</i> . . . . .	155
IV. EL DERECHO A UNA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL TRANSPARENTE . . . . .	160
1. <i>El derecho a conocer la identidad de los prestadores</i> . . . . .	160
2. <i>El derecho a conocer la programación televisiva con suficiente antelación</i> . . . . .	161
V. LOS DERECHOS DEL MENOR . . . . .	163
1. <i>La protección del menor como sujeto y objeto de la información</i> . . . . .	164
2. <i>La protección frente a los contenidos</i> . . . . .	165
3. <i>La protección frente a las comunicaciones comerciales</i> . . . . .	171
VI. LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD . . . . .	173
VII. LAS COMUNICACIONES COMERCIALES . . . . .	175
1. <i>El derecho a emitir comunicaciones comerciales y a crear canales dedicados a la emisión de publicidad y teletexto</i> . . . . .	175
2. <i>La separación entre publicidad y contenidos. En especial, el régimen del patrocinio y del emplazamiento de productos</i> . . . . .	177
3. <i>Límites temporales de la publicidad y la teletexto, momentos de interrupción de los programas y condiciones de emisión</i> . . . . .	181

4	<i>Comunicaciones comerciales prohibidas</i> . . . . .	185
5.	<i>Infracciones y sanciones en materia publicitaria</i> . . . . .	188
VIII.	LAS EMISIONES DEPORTIVAS . . . . .	189
<b>Capítulo VI. Radio y televisión (IV). Garantías de cumplimiento</b> . . . . . 197		
I.	INTRODUCCIÓN: LAS AUTORIDADES INDEPENDIENTES DE REGULACIÓN Y EL SISTEMA SANCIONADOR COMO GARANTÍAS DEL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA AUDIOVISUAL . . . . .	197
II.	EL CONSEJO ESTATAL DE MEDIOS AUDIOVISUALES . . . . .	199
	1. <i>Naturaleza, régimen jurídico, autonomía financiera y control</i> . . . . .	200
	2. <i>Organización</i> . . . . .	201
	3. <i>Funciones y potestades</i> . . . . .	204
III.	EL RÉGIMEN SANCIONADOR. . . . .	206
	1. <i>Infracciones y sanciones</i> . . . . .	207
	2. <i>Procedimiento sancionador</i> . . . . .	210
<b>Capítulo VII. Internet</b> . . . . . 211		
I.	INTRODUCCIÓN: DERECHO, INTERNET Y COMUNICACIÓN. . . . .	211
II.	LA CONVERGENCIA DE REGULADORES EN LA REGULACIÓN DE LA RED . . . . .	213
	1. <i>Pautas internacionales sobre regulación de la Red</i> . . . . .	213
	2. <i>Competencias sobre Internet y regulación referida a la infraestructura de telecomunicaciones</i> . . . . .	216
	3. <i>Especificidades de la regulación de actividades y servicios desarrollados en Internet</i> . . . . .	218
III.	LIBERTAD DE INFORMACIÓN Y DE CREACIÓN DE EMPRESAS COMUNICATIVAS EN INTERNET. . . . .	219
	1. <i>Libre creación de medios de comunicación en la Red</i> . . . . .	219
	2. <i>Libertad de expresión e información en Internet e implicaciones constitucionales</i> . . . . .	221
	3. <i>Derechos constitucionales del público e informadores y comunicación en Internet</i> . . . . .	222
IV.	LOS CONTENIDOS EN INTERNET . . . . .	226
	1. <i>El perímetro constitucional de la libertad de expresión en Internet</i> . . . . .	226

2.	<i>Responsabilidad por contenidos de terceros en Internet</i> . . . . .	229
3.	<i>Regulación y control de la publicidad en Internet</i> . . . . .	230
<b>Capítulo VIII. Cine</b> . . . . .		233
I.	INTRODUCCIÓN: LA REALIDAD DEL CINE . . . . .	233
II.	RÉGIMEN JURÍDICO . . . . .	236
1.	<i>El contexto internacional</i> . . . . .	236
2.	<i>La dimensión europea</i> . . . . .	236
3.	<i>El Estado y las Comunidades Autónomas</i> . . . . .	240
4.	<i>La dimensión local</i> . . . . .	244
III.	ORGANIZACIÓN . . . . .	245
IV.	MEDIDAS DE ORDENACIÓN: CALIFICACIÓN, REGISTRO, RÉGIMEN DE LAS SALAS DE EXHIBICIÓN, RÉGIMEN SANCIONADOR . . . . .	248
1.	<i>La calificación</i> . . . . .	248
2.	<i>Los registros</i> . . . . .	251
3.	<i>Las salas de exhibición</i> . . . . .	252
4.	<i>Régimen sancionador</i> . . . . .	256
V.	MEDIDAS DE FOMENTO: AYUDAS PÚBLICAS Y CUOTAS DE PANTALLA . . . . .	256
1.	<i>Los diferentes tipos de ayudas económicas</i> . . . . .	257
2.	<i>Las cuotas de pantalla</i> . . . . .	262
<b>Capítulo IX. Derechos de autor en el ámbito comunicativo</b> . . . . .		265
I.	INTRODUCCIÓN: LA PROTECCIÓN JURÍDICA DE LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA Y AUDIOVISUAL EN LA ERA DE INTERNET . . . . .	265
II.	REPARTO COMPETENCIAL Y EVOLUCIÓN NORMATIVA . . . . .	270
III.	EL ÁMBITO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL . . . . .	272
1.	<i>Consideraciones generales sobre el reconocimiento jurídico de la autoría</i> . . . . .	272
2.	<i>Autoría individual y colectiva: particularidades de la creación periodística y audiovisual</i> . . . . .	274
3.	<i>Derechos legales de los autores</i> . . . . .	277
IV.	LA GESTIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL A TRAVÉS DE ENTIDADES COLECTIVAS . . . . .	290

V. LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL: EL REGISTRO Y LA TUTELA CIVIL, ADMINISTRATIVA Y PENAL DE LOS DERECHOS DE AUTOR. . . . .	293
1. <i>El Registro de la Propiedad Intelectual</i> . . . . .	294
2. <i>La tutela civil de la propiedad intelectual</i> . . . . .	295
3. <i>La represión penal de violaciones de la propiedad intelectual</i> . . . . .	296
4. <i>La Ley Sinde y la tutela administrativa a través de la Comisión de Propiedad Intelectual</i> . . . . .	297
BIBLIOGRAFÍA. . . . .	301