
Régimen jurídico de la comunicación

PID_00261932

Lluís de Carreras Serra
Ramon Casas Vallès
Enric Enrich Muls
Miquel Peguera
Mònica Vilasau Solana
Sandra Vilajoana Alejandre
Raquel Xalabarder Plantada

**Lluís de Carreras Serra**

Licenciado en Derecho. Abogado en ejercicio, ha sido presidente del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, secretario general de la Conselleria de Cultura de la Generalitat de Catalunya, miembro del Consejo de Administración de la Corporación Catalana de Radio y Televisión y presidente ejecutivo de Premsa Catalana, S. A. (editora del diario *Avui*). Ha sido profesor asociado de Derecho de la información en la Universidad Pompeu Fabra (UPF), en la Universidad Ramon Llull (URL) y en la UOC.

**Ramon Casas Vallès**

Profesor titular de Derecho civil en la Universidad de Barcelona. Profesor de los Estudios de Derecho de la UOC desde 1996 al 2001. Profesor colaborador del "Magister Lucentinus" de marcas, diseños, patentes y derechos de autor de la Universidad de Alicante.

**Enric Enrich Muls**

Ejerce como abogado en Barcelona desde 1980, especializado en Derecho internacional y Derecho de la propiedad intelectual. Es autor de diferentes publicaciones sobre derecho mercantil, derecho internacional y derechos de autor. Arbitro de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y de la American Film Market Association (AFMA). Miembro de la International Association of Entertainment Lawyers (IAEL) y de la International Bar Association (IBA).

**Miquel Peguera**

Profesor agregado de Derecho Mercantil en la Universitat Oberta de Catalunya. Doctor en Derecho por la Universidad de Barcelona. Affiliate Scholar, Center for Internet & Society (Stanford).

**Mònica Vilasau Solana**

Profesora de Derecho Civil en los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la Universitat Oberta de Catalunya. Doctora en Derecho por la Universidad de Barcelona. Directora del posgrado de Protección de datos de la UOC.

**Sandra Vilajoana Alejandre**

Doctora en Comunicación y Humanidades por la Universidad Ramon Llull (URL), licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la URL y en Derecho por la Universidad de Barcelona. Desde 2006 es profesora de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación de la UOC e imparte, como profesora asociada, la asignatura de Derecho de la comunicación en la Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna, de la URL.

**Raquel Xalabarder Plantada**

Catedrática de Propiedad Intelectual en los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la UOC. Master of Laws (1993) y Visiting Scholar en la Columbia University Law School de Nueva York. Tutora de la Academia de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

La revisión de este recurso de aprendizaje UOC ha sido coordinada por las profesoras: Silvia Martínez Martínez, Sandra Vilajoana Alejandre (2019)

Quinta edición: febrero 2019

© Lluís de Carreras Serra, Ramon Casas Vallès, Enric Enrich Muls, Miquel Peguera, Sandra Vilajoana Alejandre, Mònica Vilasau Solana, Raquel Xalabarder Plantada

Todos los derechos reservados

© de esta edición, FUOC, 2019

Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona

Diseño: Manel Andreu

Realización editorial: Oberta UOC Publishing, SL

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño general y la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma, ni por ningún medio, sea éste eléctrico, químico, mecánico, óptico, grabación, fotocopia, o cualquier otro, sin la previa autorización escrita de los titulares del copyright.

Introducción

El contenido de la asignatura *Régimen jurídico de la comunicación* integra los principios fundamentales de las disciplinas jurídicas que inciden en las actividades propias de periodistas, publicistas, relaciones públicas y comunicadores audiovisuales. Su objetivo es facilitar a los estudiantes, futuros profesionales de la comunicación, el marco jurídico en el que deberán desarrollar su actividad; una actividad que encuentra su justificación jurídica en el derecho fundamental a las libertades de expresión e información, pero... ¿Cuáles son sus límites? ¿Qué normas regulan, de manera específica, las diferentes actividades comunicativas? ¿Qué responsabilidades pueden derivarse de su incumplimiento?

Para responder a estas y otras cuestiones, esta asignatura profundiza en el estudio del derecho de la información y ofrece una aproximación introductoria al derecho de la publicidad, a la propiedad intelectual y al régimen jurídico de la protección de datos de carácter personal.

Así, el contenido de los tres primeros módulos de la asignatura aborda el estudio del denominado *derecho de la información*, esto es, aquellas normas jurídicas que regulan la actividad de los profesionales de los medios de comunicación: prensa, radio, televisión e Internet.

Tras una primera parte introductoria de carácter general, el módulo 1 establece los fundamentos del derecho de la información en España; aborda los elementos constitutivos de la libertad de expresión; identifica al interés público como elemento común de las libertades de expresión e información y se detiene en el estudio de la protección constitucional de la libertad de información, en la que destacan dos instrumentos al servicio del derecho a informar del periodista: la cláusula de conciencia y el secreto profesional.

El módulo 2 profundiza en el análisis de los derechos de la personalidad (honor, intimidad y propia imagen) como límites característicos de las libertades de expresión e información. En su parte final, el módulo incluye una propuesta de método de ponderación para resolver posibles conflictos entre el derecho de la información y los derechos de la personalidad antes citados.

Por su parte, el último módulo dedicado al derecho de la información se detiene en el análisis de otras limitaciones legales de las libertades de expresión e información: la protección de los menores, el derecho de rectificación, la seguridad del Estado y la información sobre causas penales. Además, el módulo 3 concluye con una referencia a la regulación específica de los diferentes medios de comunicación: prensa, radio y televisión, e internet.

El contenido del módulo 4 recoge, de una manera introductoria, el marco jurídico de la actividad publicitaria. Para ello, tras examinar las principales normas que regulan la publicidad, el módulo aborda su régimen general: los sujetos implicados; las diferentes tipologías de contratos publicitarios; los supuestos de publicidad ilícita; los requisitos de licitud de determinadas tipologías y las consecuencias jurídicas del ilícito publicitario. El módulo concluye con una breve referencia al sistema español de autorregulación publicitaria.

El quinto y último módulo de la asignatura presenta, también de manera introductoria, las bases del régimen general de la propiedad intelectual y se detiene, entre otros, en el estudio del régimen especial de protección de la obra audiovisual. Además, la asignatura concluye con una referencia al régimen de protección de datos personales, una modalidad de datos que, en ocasiones, se encuentran al servicio de las actividades de los profesionales de las diferentes disciplinas de la comunicación (periodistas, publicitarios, relaciones públicas...).

Finalmente, tan sólo mencionar que, a pesar de tratarse de una asignatura de contenido jurídico, el estilo de este material didáctico pretende alejarse de los tecnicismos propios de la disciplina jurídica para ofrecer una aproximación sencilla y práctica que se ajuste al principal objetivo de la asignatura: facilitar a futuros profesionales de la comunicación el marco jurídico que delimitará el ejercicio de su actividad. Este enfoque difiere, por tanto, del que hubiéramos adoptado si el objetivo de la asignatura fuese el de formar a futuros juristas especializados en el derecho de las actividades de comunicación. Por ello, en el texto se han limitado las referencias doctrinales y jurisprudenciales y se ha optado por el uso de un lenguaje basado en los criterios de sencillez y claridad expositiva.

Objetivos

Los objetivos generales que el estudiante debería alcanzar mediante el estudio de los materiales didácticos de esta asignatura son:

- 1.** Conocer el marco jurídico que regula las actividades de los profesionales de la comunicación e identificar sus principales normas.
- 2.** Adquirir los conocimientos básicos sobre los derechos a la libertad de expresión e información en el ejercicio de actividades periodísticas.
- 3.** Conocer los límites al derecho de la información, entre los que destacan los derivados de los derechos de la personalidad (derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen).
- 4.** Conocer y comprender las normas que regulan, de manera específica, los diferentes medios de comunicación.
- 5.** Conocer las normas que regulan la actividad publicitaria, los supuestos de publicidad ilícita y las consecuencias jurídicas que de ella se derivan.
- 6.** Conocer las particularidades y el alcance práctico del sistema de autorregulación publicitaria.
- 7.** Conocer los principios básicos del sistema de protección de la propiedad intelectual, en general, y del régimen de protección de obras audiovisuales, en particular.
- 8.** Conocer los principios básicos del régimen de protección de datos de carácter personal.

Contenidos

Módulo didáctico 1

Las libertades de expresión e información

Lluís de Carreras Serra y Sandra Vilajoana Alejandre

1. Las normas jurídicas de la sociedad democrática
2. Los derechos humanos en los tratados internacionales
3. Fundamentos del derecho a la información en España
4. La libertad de expresión
5. La libertad de información
6. El elemento común de las libertades de expresión e información: el interés público
7. La específica protección constitucional de la libertad de información
8. Derecho a la información y acceso a la información pública

Módulo didáctico 2

Los derechos de la personalidad como límite del derecho de la información

Lluís de Carreras Serra y Sandra Vilajoana Alejandre

1. La dignidad de la persona como límite constitucional
2. Intromisiones legítimas en los derechos de la personalidad
3. El derecho al honor
4. El derecho a la intimidad
5. El derecho a la propia imagen
6. El método de resolución de conflictos entre las libertades de expresión e información y los derechos de la personalidad

Módulo didáctico 3

Otros límites jurídicos del periodismo y regulación de los medios de comunicación

Lluís de Carreras Serra y Sandra Vilajoana Alejandre

1. Información y protección de la juventud y de la infancia
2. El derecho de rectificación
3. Seguridad del Estado e información
4. La información de los casos criminales en los medios de comunicación
5. La regulación específica de los diferentes medios de comunicación
6. La responsabilidad civil y penal del periodista

Módulo didáctico 4

Introducción al régimen jurídico de la publicidad

Sandra Vilajoana Alejandre

1. El régimen jurídico de la publicidad
2. El derecho de la publicidad
3. El sistema de autorregulación publicitaria

Módulo didáctico 5

Introducción a la propiedad intelectual

Ramon Casas Vallès y Raquel Xalabarder Plantada

1. Las bases del régimen de propiedad intelectual
2. Regímenes especiales de la propiedad intelectual
3. Los derechos conexos

Módulo didáctico 6

Introducción a la protección de datos de carácter personal

Mònica Vilasau Solana y Miquel Peguera

1. El Reglamento general de protección de datos
2. Derecho al olvido

Bibliografía

Azurmendi, A. (2016). *Derecho de la Comunicación: Guía jurídica para profesionales de los medios*. Navarra: EUNSA.

Bercovitz, R. (coord.) (2015). *Manual de Propiedad Intelectual* (6.^a ed.). Valencia: Tirant lo Blanch.

Boix Palop, A.; Vidal Beltrán, J. M. (coords.) (2014). *La nueva regulación del audiovisual: medios, derechos y libertades*. Cizur Menor: Aranzadi.

De Carreras Serra, L. (2008). *Las normas jurídicas de los periodistas: derecho español de la información*. Barcelona: UOC.

De la Cuesta Rute, J. M. (2002). *Curso de Derecho de la Publicidad*. Navarra: EUNSA.

Freixas Gutiérrez, G. (2001). *La protección de los datos de carácter personal en el derecho español: aspectos teóricos y prácticos*. Barcelona: Bosch.

Guichot, E.(coord.) (2016). *Derecho de la Comunicación* (4.^a ed.). Madrid: Iustel.

Patiño Alves, B. (2007). *La autorregulación publicitaria: especial referencia al sistema español*. Barcelona: Bosch.

Tato Plaza, A.; Fernández Carballo-Calero, P.; Herrera Petrus, C. (2010). *La reforma de la Ley de Competencia Desleal*. Madrid: La Ley.

Urías, J. (2014). *Principios de derecho de la información* (3.^a ed.). Madrid: Tecnos.