

I

ESTUDIO DOCTRINAL INTRODUCTORIO

I. REDES SOCIALES: CONCEPTO, FUNCIONAMIENTO Y ASPECTOS TÉCNICOS . . .	19
1. La web 2.0: concepto y características	19
2. Red social: concepto y características	21
3. Tipos de redes sociales	23
3.1. <i>Atendiendo al perfil de los potenciales usuarios de sus contenidos, se pueden distinguir las siguientes categorías</i>	23
3.1.1. <i>Horizontal</i>	23
3.1.2. <i>Vertical</i>	23
3.2. <i>Teniendo en cuenta los contenidos ofrecidos por sus usuarios y sus correspondientes formatos, las redes sociales se pueden clasificar en las siguientes categorías</i> . . .	24
3.2.1. <i>Generalista</i>	24
3.2.2. <i>Especializada</i>	24
4. Entronque legal de las redes sociales	25
II. LAS REDES SOCIALES Y LA NORMATIVA DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO	27
1. Las redes sociales como servicios de la sociedad de la información: marco jurídico aplicable	27
1.1. <i>Prestación a título oneroso</i>	27
1.2. <i>Prestación a distancia</i>	28
1.3. <i>Prestación por vía electrónica</i>	28
1.4. <i>Prestación a título individual del destinatario</i>	29
2. Principales deberes de los operadores de redes sociales a la luz de la LSSI	32
2.1. <i>Deberes de información</i>	33

2.1.1. <i>Deberes de información respecto a la identidad y circunstancias del prestador de servicios</i>	33
2.1.2. <i>Deberes de información respecto de los productos o servicios ofrecidos así como respecto de los procedimientos de contratación de los mismos.</i>	34
2.2. <i>Deberes de colaboración</i>	36
2.3. <i>Deberes respecto a comunicaciones comerciales</i>	37
3. Régimen de responsabilidad de los operadores de redes sociales	39
III. REDES SOCIALES Y PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL	43
1. La protección de datos personales en el marco de la web 2.0: obligaciones del operador de redes sociales respecto a la recogida y tratamiento de datos de carácter personal	43
1.1. <i>Los contenidos en redes sociales como datos personales.</i>	44
1.2. <i>La inclusión de contenidos en redes sociales como un tratamiento de datos personales.</i>	46
1.3. <i>Coexistencia en el ámbito de las redes sociales del derecho a la protección de datos con los derechos a la información y a la libertad de expresión</i>	49
1.4. <i>Consentimiento válido para la recogida y el tratamiento de datos personales a través de redes sociales</i>	51
1.4.1. <i>Consentimiento inequívoco</i>	51
1.4.2. <i>Consentimiento informado</i>	54
1.4.3. <i>Consentimiento previo</i>	57
1.4.4. <i>Consentimiento libre</i>	58
1.4.5. <i>Consentimiento revocable</i>	58
1.5. <i>La problemática aplicación al ámbito de las redes sociales de los derechos sobre los datos personales. En particular, los derechos al olvido y a la portabilidad</i>	58
2. Autorregulación y protección de datos	62
2.1. <i>Privacy by Design</i>	62
IV. LAS REDES SOCIALES Y LA PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL	65
1. Introducción: los derechos de autor y de propiedad industrial en la web 2.0	65
2. Uso de contenidos protegidos por derechos de propiedad intelectual	68
2.1. <i>Aplicabilidad de los límites del TRLPI al uso de las redes sociales.</i>	70
2.2. <i>Licencia sobre derechos de propiedad intelectual en las condiciones de uso de las principales redes sociales</i>	72
3. Marcas y redes sociales: principales cuestiones jurídicas	74
4. Infracción de derechos vinculados a contenidos en redes sociales. En particular, procedimientos y políticas de retirada de contenidos	77
4.1. <i>Facebook</i>	78
4.2. <i>Twitter</i>	79
4.3. <i>Instagram</i>	81
4.4. <i>Pinterest</i>	81

V. LA PROTECCIÓN PENAL Y CIVIL DE LOS DERECHOS PERSONALÍSIMOS EN REDES SOCIALES	82
1. Principales delitos vinculados al uso de redes sociales	82
1.1. Delito de usurpación de identidad	82
1.2. Delito de amenazas	86
1.3. Delito de coacciones	88
1.4. Delito de descubrimiento y revelación de secretos	89
1.5. Delitos contra la integridad moral o sexual	92
1.6. Delitos contra el honor.	94
1.7. Delito de enaltecimiento del terrorismo	96
2. Aplicación de la Ley Orgánica 1/1982 en el entorno de las redes sociales	98
2.1. Introducción	98
2.2. Análisis jurisprudencial en el ámbito de las redes sociales	99
2.3. El Derecho de Rectificación previsto en la LOPDGDD	102
VI. PUBLICIDAD Y REDES SOCIALES	102
1. Las redes sociales como medio publicitario: principios jurídicos y régimen aplicable.	102
1.1. Principios aplicables en materia de publicidad	105
1.1.1. LGP y LCD	105
1.1.2. Legislación en materia de protección a los consumidores y usuarios	110
1.1.3. Otra legislación sectorial.	110
1.2. La autorregulación en materia publicitaria	111
2. El uso de comunicaciones comerciales en el contexto de las redes sociales	114
2.1. Ser fácilmente identificables como mensajes publicitarios (artículo 20.1 LSSI)	114
2.2. Identificar la entidad o persona que realice dicha publicidad (artículo 20.1 LSSI)	115
2.3. En caso de referirse a promociones comerciales, facilitar el acceso a las condiciones apliquen a la promoción en cuestión (artículo 20.2 LSSI)	115
VII. LAS REDES SOCIALES EN EL ENTORNO LABORAL	117
1. Impacto de las redes sociales en el entorno laboral y en el contexto actual	117
2. Tipología de conflictos más habituales sobre el uso de las redes sociales. Límites en función de los derechos e intereses en conflicto	120
2.1. Límites al uso por el trabajador en su dimensión individual y colectiva: Derechos y facultades del empresario (derecho a la propiedad privada, a la libertad de empresa, al honor corporativo y facultad de dirección y control empresarial).	120
2.2. Límites al poder de dirección y control del empresario: derechos fundamentales de los trabajadores	122

2.2.1. Derecho a la no discriminación (art. 14 CE y art. 4.2 e) ET)	122
2.2.2. Derecho a la intimidad personal (art. 18.1 CE y art. 4.2 e) ET).	123
2.2.3. Derecho a la intimidad informática (art. 18.4 CE)	127
2.2.4. Derecho al secreto de las comunicaciones (art. 18.3 CE)	127
2.2.5. Derecho a la libertad de expresión e información (art. 20 CE)	129
2.2.6. Derechos colectivos: la libertad sindical (art. 28.1 CE), derecho de huelga y conflictos colectivos (arts. 28.2 y 37 CE)	131
3. Aplicación adaptada de los límites jurisprudenciales del uso extra laboral de los medios telemáticos al uso de las redes sociales por parte del trabajador	133
3.1. El control empresarial del acceso a las redes sociales, desde las herramientas de trabajo y en tiempo de trabajo (art. 20.3 ET)	133
3.2. El control de las manifestaciones de los trabajadores de la empresa en las redes sociales (secreto de las comunicaciones, protección de datos de carácter personal y libertad de expresión vs. reputación empresarial)	135
3.3. La difícil aplicación de la doctrina judicial a los medios que son propiedad del trabajador («BYOD»).	138
4. La importancia de la autorregulación	140
4.1. Negociación colectiva	141
4.2. Código de conducta telemático	142
4.3. Contrato de trabajo	145
5. Consecuencias del uso extra laboral de las redes sociales por los trabajadores: conductas sancionables por el empresario. Casuística judicial	145
5.1. Uso de redes sociales en tiempo de trabajo	147
5.2. Actos de competencia desleal	148
5.3. Actividades incompatibles con la incapacidad temporal	148
5.4. Ofensas vertidas en las redes sociales	149
5.5. Acoso moral y sexual a través de las redes sociales	150
5.6. Publicación de información empresarial sensible	150
6. Implicaciones de la prueba obtenida a través de redes sociales en el proceso laboral	151
6.1. Admisibilidad de la prueba	151
6.2. Veracidad y autoría de lo publicado	152
6.3. Valor de la prueba a efectos de recurso de suplicación	152

II

PROBLEMÁTICA JURISPRUDENCIAL ORDENADA Y SISTEMATIZADA

I. LAS REDES SOCIALES Y LA NORMATIVA DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO	153
II. REDES SOCIALES Y PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL	164

III. LAS REDES SOCIALES Y LA PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL	192
IV. PROTECCIÓN PENAL Y CIVIL DE LOS DERECHOS PERSONALÍSIMOS EN REDES SOCIALES	202
1. Jurisdicción Penal	202
1.1. Delito de usurpación de identidad	202
1.2. Delito de amenazas	209
1.2. Delito de coacciones	214
1.3. Delito de descubrimiento y revelación de secretos	221
1.4. Delitos contra la integridad moral o sexual	231
1.5. Delito de enaltecimiento del terrorismo	239
2. Jurisdicción Civil	247
V. LAS REDES SOCIALES EN EL ÁMBITO LABORAL.	272
1. Consecuencias del uso extra laboral de las redes sociales por los trabajadores: conductas sancionables por el empresario.	272
1.1. Uso de redes sociales en tiempo de trabajo	274
1.2. Competencia desleal	280
1.3. Actividades incompatibles con la incapacidad temporal	286
1.4. Ofensas vertidas en las redes sociales	290
1.5. El acoso laboral o sexual	297
2. Implicaciones de la prueba obtenida a través de redes sociales en el proceso laboral.	299
2.1. Admisibilidad de la prueba	299
2.2. Veracidad y autoría de lo publicado	303
2.3. Valor de la prueba a efectos de recurso de suplicación	304
3. La importancia de la autorregulación	307
3.1. Código de conducta telemático	307
4. Límites al control empresarial	319
5. Libertad de expresión e información y redes sociales – criterios jurisprudenciales	320

III

ESQUEMAS PROCESALES

I. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO ANTE LA AEPD	327
II. PROCEDIMIENTO CIVIL	328

III. PROCEDIMIENTO PENAL. PROCEDIMIENTO ORDINARIO.	329
IV. PROCEDIMIENTO PENAL. PROCEDIMIENTO ABREVIADO	330

IV FORMULARIOS

I. MODELO DE ESCRITO DE EJERCICIO DERECHOS SOBRE LOS DATOS PERSONALES ANTE AEPD.	331
II. MODELO DE ESCRITO DE DENUNCIA ANTE AEPD.	332
III. MODELO DE ESCRITO DE DEMANDA POR INFRACCIÓN DE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL.	332
IV. MODELO DE ESCRITO DE DEMANDA POR INFRACCIÓN DE MARCA.	336
V. MODELO DE DENUNCIA PENAL	340
VI. MODELO DE QUERELLA	341

V NORMATIVA REGULADORA

I. Constitución Española	343
II. Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos)	344
III. Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales	351
IV. Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal.	355
V. Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen.	362
VI. Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico	364

VII. Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas.	376
VIII. Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal	381
IX. Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.	383
X. Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias	387
XI. Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual	388
XII. Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores.	400