

Albert Agustinoy Guilayn

Jorge Monclús Ruiz

ASPECTOS LEGALES DE LAS REDES SOCIALES

COLECCIÓN PRÁCTICA JURÍDICA

[BOSCH]

I

ESTUDIO DOCTRINAL INTRODUCTORIO

I.	REDES SOCIALES: CONCEPTO, FUNCIONAMIENTO Y ASPECTOS TÉCNICOS	17
1.	La web 2.0: concepto y características	17
2.	Red social: concepto y características	19
3.	Tipos de redes sociales	21
3.1.	<i>Atendiendo al perfil de los potenciales usuarios de sus contenidos</i> ...	21
3.1.1.	<i>Horizontal</i>	21
3.1.2.	<i>Vertical</i>	21
3.2.	<i>Teniendo en cuenta los contenidos ofrecidos por sus usuarios y sus correspondientes formatos</i>	22
3.2.1.	<i>Generalista</i>	22
3.2.2.	<i>Especializada</i>	22
4.	Entronque legal de las redes sociales	23
II.	LAS REDES SOCIALES Y LA NORMATIVA DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO.	25
1.	Las redes sociales como servicios de la sociedad de la información: marco jurídico aplicable	25
1.1.	<i>Prestación a título oneroso</i>	25
1.2.	<i>Prestación a distancia</i>	26
1.3.	<i>Prestación por vía electrónica.</i>	26
1.4.	<i>Prestación a título individual del destinatario</i>	27

2. Principales deberes de los operadores de redes sociales a la luz de la LSSI	30
2.1. Deberes de información	30
2.1.1. Deberes de información respecto a la identidad y circunstancias del prestador de servicios	31
2.1.2. Deberes de información respecto de los productos o servicios ofrecidos así como respecto de los procedimientos de contratación de los mismos	32
2.2. Deberes de colaboración	34
2.3. Deberes respecto a comunicaciones comerciales	35
3. Régimen de responsabilidad de los operadores de redes sociales	37
III. REDES SOCIALES Y PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL	41
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	41
1.1. Los contenidos en redes sociales como datos personales	42
1.2. La inclusión de contenidos en redes sociales como un tratamiento de datos personales	44
1.3. 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	47
1.4. Consentimiento válido para la recogida y el tratamiento de datos personales a través de redes sociales	48
1.4.1. Consentimiento inequívoco	49
1.4.2. Consentimiento informado	52
1.4.3. Consentimiento previo	54
1.4.4. Consentimiento libre	55
1.4.5. Consentimiento revocable	55
1.5. La problemática aplicación al ámbito de las redes sociales de los derechos ARCO. En particular, el derecho al olvido	55
2. Autorregulación y protección de datos	58
2.1. Privacy by Design	58
2.2. Otras iniciativas autorregulatorias	60
2.2.1. Adhesión al sistema de Safe Harbor	61
2.2.2. Adopción voluntaria de medidas reforzadas de protección de datos	62
2.2.3. Nombramiento voluntario de un delegado de protección de datos (Data Protection Officer)	63

IV. LAS REDES SOCIALES Y LA PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL	64
1. Introducción: los derechos de autor y de propiedad industrial en la web 2.0	64
2. Uso de contenidos protegidos por derechos de propiedad intelectual	68
2.1. Aplicabilidad de los límites del TRLPI al uso de las redes sociales ..	69
2.2. Licencia sobre derechos de propiedad intelectual en las condiciones de uso de las principales redes sociales	71
3. Marcas y redes sociales: principales cuestiones jurídicas	73
4. Infracción de derechos vinculados a contenidos en redes sociales. En particular, procedimientos y políticas de retirada de contenidos	76
4.1. Facebook	77
4.2. Twitter	79
4.3. Instagram	80
4.4. Pinterest	80
V. LA PROTECCIÓN PENAL Y CIVIL DE LOS DERECHOS PERSONALÍSIMOS EN REDES SOCIALES	81
1. Principales delitos vinculados al uso de redes sociales	81
1.1. Delito de usurpación de identidad	82
1.2. Delito de amenazas	86
1.3. Delito de coacciones	87
1.4. Delito de descubrimiento y revelación de secretos	88
1.5. Delitos contra la integridad moral o sexual	91
1.6. Delitos contra el honor	93
1.7. Delito de enaltecimiento del terrorismo	95
2. Aplicación de la Ley Orgánica 1/1982 en el entorno de las redes sociales	97
2.1. Introducción	97
2.2. Análisis jurisprudencial en el ámbito de las redes sociales	98
VI. PUBLICIDAD Y REDES SOCIALES	101
1. Las redes sociales como medio publicitario: principios jurídicos y régimen aplicable	101
1.1. Principios aplicables en materia de publicidad	103
1.1.1. LGP y LCD	103
1.1.2. Legislación en materia de protección a los consumidores y usuarios	108
1.1.3. Otra legislación sectorial	109
1.2. La autorregulación en materia publicitaria	110

2. El uso de comunicaciones comerciales en el contexto de las redes sociales	112
2.1. Ser fácilmente identificables como mensajes publicitarios (artículo 20.1 LSSI)	113
2.2. Identificar la entidad o persona que realice dicha publicidad (artículo 20.1 LSSI)	113
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)	114
VII. LAS REDES SOCIALES EN EL ENTORNO LABORAL	115
1. Impacto de las redes sociales en el entorno laboral y en el contexto actual	115
2. Tipología de conflictos más habituales sobre el uso de las redes sociales. Límites en función de los derechos e intereses en conflicto	118
2.1. Límites al uso por el trabajador en su dimensión individual y colectiva: Derechos y facultades del empresario	118
2.2. Límites al poder de dirección y control del empresario: derechos fundamentales de los trabajadores	120
2.2.1. Derecho a la no discriminación (art. 14 CE y art. 4.2 e) ET)	121
2.2.2. Derecho a la intimidad personal (art. 18.1 CE y art. 4.2 e) ET)	121
2.2.3. Derecho a la intimidad informática (art. 18.4 CE)	125
2.2.4. Derecho al secreto de las comunicaciones (art. 18.3 CE)	126
2.2.5. Derecho a la libertad de expresión e información (art. 20 CE)	127
2.2.6. Derechos colectivos: la libertad sindical (art. 28.1 CE), derecho de huelga y conflictos colectivos (arts. 28.2 y 37 CE)	129
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	131
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)	132
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)	134
3.3. La difícil aplicación de la doctrina judicial a los medios que son propiedad del trabajador («BYOD»)	137
4. La importancia de la autorregulación	138
4.1. Negociación colectiva	139
4.2. Código de conducta telemático	140
4.3. Contrato de trabajo	143
5. Consecuencias del uso extra laboral de las redes sociales por los trabajadores: conductas sancionables por el empresario. Casuística judicial	144

5.1. Uso de redes sociales en tiempo de trabajo	145
5.2. Actos de competencia desleal	146
5.3. Actividades incompatibles con la incapacidad temporal	147
5.4. Ofensas vertidas en las redes sociales	147
5.5. Acoso moral y sexual a través de las redes sociales	149
5.6. Publicación de información empresarial sensible	149
6. Implicaciones de la prueba obtenida a través de redes sociales en el proceso laboral	150
6.1. Admisibilidad de la prueba	150
6.2. Veracidad y autoría de lo publicado	150
6.3. Valor de la prueba a efectos de recurso de suplicación	151

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	189
IV. PROTECCIÓN PENAL Y CIVIL DE LOS DERECHOS PERSONALÍSIMOS EN REDES SOCIALES	197
1. Jurisdicción Penal	197
1.1. Delito de usurpación de identidad	197
1.2. Delito de amenazas	204
1.2. Delito de coacciones	209
1.3. Delito de descubrimiento y revelación de secretos	214
1.4. Delitos contra la integridad moral o sexual	221
1.5. Delito de enaltecimiento del terrorismo	229
2. Jurisdicción Civil	236
V. LAS REDES SOCIALES EN EL ÁMBITO LABORAL	258

1. Consecuencias del uso extra laboral de las redes sociales por los trabajadores: conductas sancionables por el empresario	258
1.1. <i>Uso de redes sociales en tiempo de trabajo</i>	261
1.2. <i>Competencia desleal</i>	266
1.3. <i>Actividades incompatibles con la incapacidad temporal</i>	273
1.4. <i>Ofensas vertidas en las redes sociales</i>	277
1.5. <i>El acoso laboral o sexual</i>	283
2. Implicaciones de la prueba obtenida a través de redes sociales en el proceso laboral	285
2.1. <i>Admisibilidad de la prueba</i>	285
2.2. <i>Veracidad y autoría de lo publicado</i>	289
2.3. <i>Valor de la prueba a efectos de recurso de suplicación</i>	290
3. La importancia de la autorregulación	293
3.1. <i>Código de conducta telemático</i>	293
4. Límites al control empresarial	306
5. Libertad de expresión e información y redes sociales – criterios jurisprudenciales	307

III

ESQUEMAS PROCESALES

I. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO ANTE LA AEPD	315
II. PROCEDIMIENTO CIVIL	316
III. PROCEDIMIENTO PENAL. PROCEDIMIENTO ORDINARIO	317
IV. PROCEDIMIENTO PENAL. PROCEDIMIENTO ABREVIADO	318

IV

FORMULARIOS

I. MODELO DE ESCRITO DE EJERCICIO DERECHOS ARCO ANTE AEPD ...	319
II. MODELO DE ESCRITO DE DENUNCIA ANTE AEPD	320
III. MODELO DE ESCRITO DE DEMANDA POR INFRACCIÓN DE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL	320

IV. MODELO DE ESCRITO DE DEMANDA POR INFRACCIÓN DE MARCA ...	324
V. MODELO DE DENUNCIA PENAL	328
VI. MODELO DE QUERRELA	328

V

NORMATIVA REGULADORA

I. Constitución Española	331
II. Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre de protección de datos de carácter personal	332
III. Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal .	337
IV. 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	344
V. Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico	346
VI. Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas	357
VII. Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal	361
VIII. Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad	363
IX. Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la LOPD	367
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	372
XI. Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual .	372

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. 384