

Albert Agustinoy Guilayn

Jorge Monclús Ruiz

# **ASPECTOS LEGALES DE LAS REDES SOCIALES**

COLECCIÓN PRÁCTICA JURÍDICA

**[BOSCH]**

I

**ESTUDIO DOCTRINAL INTRODUCTORIO**

<b>I. REDES SOCIALES: CONCEPTO, FUNCIONAMIENTO Y ASPECTOS TÉCNICOS</b> .....	17
<b>1. La web 2.0: concepto y características</b> .....	17
<b>2. Red social: concepto y características</b> .....	19
<b>3. Tipos de redes sociales</b> .....	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
<b>4. Entronque legal de las redes sociales</b> .....	23
<b>II. LAS REDES SOCIALES Y LA NORMATIVA DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO.</b> .....	25
<b>1. Las redes sociales como servicios de la sociedad de la información: marco jurídico aplicable</b> .....	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
<b>III. REDES SOCIALES Y PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL . . . . .</b>	<b>41</b>
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

<b>IV. LAS REDES SOCIALES Y LA PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL . . . . .</b>	<b>64</b>
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
<b>V. LA PROTECCIÓN PENAL Y CIVIL DE LOS DERECHOS PERSONALÍSIMOS EN REDES SOCIALES . . . . .</b>	<b>81</b>
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
<b>VI. PUBLICIDAD Y REDES SOCIALES . . . . .</b>	<b>101</b>
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
<b>VII. LAS REDES SOCIALES EN EL ENTORNO LABORAL</b>	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
<b>6. Implicaciones de la prueba obtenida a través de redes sociales en el proceso laboral</b>	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

<b>I. LAS REDES SOCIALES Y LA NORMATIVA DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO</b>	153
<b>II. REDES SOCIALES Y PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL</b>	164
<b>III. LAS REDES SOCIALES Y LA PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL</b>	189
<b>IV. PROTECCIÓN PENAL Y CIVIL DE LOS DERECHOS PERSONALÍSIMOS EN REDES SOCIALES</b>	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
<b>V. LAS REDES SOCIALES EN EL ÁMBITO LABORAL</b>	258

<b>1. Consecuencias del uso extra laboral de las redes sociales por los trabajadores: conductas sancionables por el empresario</b> .....	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
<b>2. Implicaciones de la prueba obtenida a través de redes sociales en el proceso laboral</b> .....	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
<b>3. La importancia de la autorregulación</b> .....	293
3.1. <i>Código de conducta telemático</i> .....	293
<b>4. Límites al control empresarial</b> .....	306
<b>5. Libertad de expresión e información y redes sociales – criterios jurisprudenciales</b> .....	307

## III

## ESQUEMAS PROCESALES

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

## IV

## FORMULARIOS

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

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

## V

## NORMATIVA REGULADORA

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