

Nota .....	7
Abreviaturas .....	17

I

**ESTUDIO DOCTRINAL INTRODUCTORIO**

<b>I. REDES SOCIALES: CONCEPTO, FUNCIONAMIENTO Y ASPECTOS TÉCNICOS . . .</b>	19
1. <b>La web 2.0: concepto y características</b> .....	19
2. <b>Red social: concepto y características</b> .....	21
3. <b>Tipos de redes sociales</b> .....	22
3.1. <i>Atendiendo al perfil de los potenciales usuarios de sus contenidos, se pueden distinguir las siguientes categorías</i> .....	22
3.1.1. <i>Horizontal</i> .....	22
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> . . .	23
3.2.1. <i>Generalista</i> .....	23
3.2.2. <i>Especializada</i> .....	24
4. <b>Entronque legal de las redes sociales</b> .....	24
<b>II. LAS REDES SOCIALES Y LA NORMATIVA DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO</b> .....	25
1. <b>Las redes sociales como servicios de la sociedad de la información: marco jurídico aplicable</b> .....	25
1.1. <i>Prestación a título oneroso</i> .....	26
1.2. <i>Prestación a distancia</i> .....	27
1.3. <i>Prestación por vía electrónica</i> .....	27
1.4. <i>Prestación a título individual del destinatario</i> .....	27

<b>2. Principales deberes de los operadores de redes sociales a la luz de la LSSI</b> . . . . .	30
2.1. <i>Deberes de información</i> . . . . .	30
2.1.1. <i>Deberes de información respecto a la identidad y circunstancias del prestador de servicios</i> . . . . .	31
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> . . . . .	32
2.2. <i>Deberes de colaboración</i> . . . . .	33
2.3. <i>Deberes respecto a comunicaciones comerciales</i> . . . . .	34
<b>3. Régimen de responsabilidad de los operadores de redes sociales</b> . . . . .	36
<b>4. Perspectivas de futuro: la <i>Digital Services Act</i></b> . . . . .	39
<b>III. REDES SOCIALES Y PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL</b> . . . . .	42
<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</b> . . . . .	42
1.1. <i>Los contenidos en redes sociales como datos personales.</i> . . . . .	42
1.2. <i>La inclusión de contenidos en redes sociales como un tratamiento de datos personales.</i> . . . . .	45
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> . . . . .	47
1.4. <i>Consentimiento válido para la recogida y el tratamiento de datos personales a través de redes sociales</i> . . . . .	49
1.4.1. <i>Consentimiento inequívoco.</i> . . . . .	49
1.4.2. <i>Consentimiento informado</i> . . . . .	52
1.4.3. <i>Consentimiento previo</i> . . . . .	54
1.4.4. <i>Consentimiento libre</i> . . . . .	55
1.4.5. <i>Consentimiento revocable.</i> . . . . .	55
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> . . . . .	55
<b>2. Autorregulación y protección de datos</b> . . . . .	58
2.1. <i>Privacy by Design</i> . . . . .	59
2.2. <i>El Canal Prioritario de la AEPD</i> . . . . .	61
<b>IV. LAS REDES SOCIALES Y LA PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL</b> . . . . .	62
<b>1. Introducción: los derechos de autor y de propiedad industrial en la web 2.0</b> . . . . .	62
<b>2. Uso de contenidos protegidos por derechos de propiedad intelectual</b> . . . . .	65
2.1. <i>Aplicabilidad de los límites del TRLPI al uso de las redes sociales.</i> . . . . .	66
2.2. <i>Licencia sobre derechos de propiedad intelectual en las condiciones de uso de las principales redes sociales</i> . . . . .	68
<b>3. Marcas y redes sociales: principales cuestiones jurídicas</b> . . . . .	70

4. <b>Infracción de derechos vinculados a contenidos en redes sociales. En particular, procedimientos y políticas de retirada de contenidos</b>	72
4.1. <i>Facebook</i>	73
4.2. <i>Twitter</i>	74
4.3. <i>Instagram</i>	75
4.4. <i>Pinterest</i>	75
<b>V. LA PROTECCIÓN PENAL Y CIVIL DE LOS DERECHOS PERSONALÍSIMOS EN REDES SOCIALES</b>	76
1. <b>Principales delitos vinculados al uso de redes sociales</b>	76
1.1. <i>Delito de usurpación de identidad</i>	77
1.2. <i>Delito de amenazas</i>	80
1.3. <i>Delito de coacciones</i>	81
1.4. <i>Delito de descubrimiento y revelación de secretos</i>	82
1.5. <i>Delitos contra la integridad moral o sexual</i>	85
1.6. <i>Delitos contra el honor</i>	87
1.7. <i>Delito de enaltecimiento del terrorismo</i>	89
2. <b>Aplicación de la Ley Orgánica 1/1982 en el entorno de las redes sociales</b>	90
2.1. <i>Introducción</i>	90
2.2. <i>Análisis jurisprudencial en el ámbito de las redes sociales</i>	91
2.3. <i>El Derecho de Rectificación previsto en la LOPDGDD</i>	94
<b>VI. PUBLICIDAD Y REDES SOCIALES</b>	94
1. <b>Las redes sociales como medio publicitario: principios jurídicos y régimen aplicable</b>	94
1.1. <i>Principios aplicables en materia de publicidad</i>	96
1.1.1. <i>LGP y LCD</i>	97
1.1.2. <i>Legislación en materia de protección a los consumidores y usuarios</i>	101
1.1.3. <i>Otra legislación sectorial</i>	101
1.2. <i>La autorregulación en materia publicitaria</i>	102
1.3. <i>El Código de Conducta sobre el uso de Influencers en la Publicidad</i>	104
2. <b>El uso de comunicaciones comerciales en el contexto de las redes sociales</b>	105
2.1. <i>Ser fácilmente identificables como mensajes publicitarios (artículo 20.1 LSSI)</i>	106
2.2. <i>Identificar la entidad o persona que realice dicha publicidad (artículo 20.1 LSSI)</i>	106
2.3. <i>En caso de referirse a promociones comerciales, facilitar el acceso a las condiciones apliquen a la promoción en cuestión (artículo 20.2 LSSI)</i>	107
<b>VII. LAS REDES SOCIALES EN EL ENTORNO LABORAL</b>	108
1. <b>Impacto de las redes sociales en el entorno laboral y en el contexto actual</b>	108

<b>2. Tipología de conflictos más habituales sobre el uso de las redes sociales. Límites en función de los derechos e intereses en conflicto . . . . .</b>	<b>110</b>
2.1. <i>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). . . . .</i>	111
2.2. <i>Límites al poder de dirección y control del empresario: derechos fundamentales de los trabajadores . . . . .</i>	112
2.2.1. <i>Derecho a la no discriminación (art. 14 CE y art. 4.2 e) ET). . . . .</i>	113
2.2.2. <i>Derecho a la intimidad personal (art. 18.1 CE y art. 4.2 e) ET) . . . . .</i>	113
2.2.3. <i>Derecho a la intimidad informática (art. 18.4 CE). . . . .</i>	116
2.2.4. <i>Derecho al secreto de las comunicaciones (art. 18.3 CE). . . . .</i>	117
2.2.5. <i>Derecho a la libertad de expresión e información (art. 20 CE) . . . . .</i>	118
2.2.6. <i>Derechos colectivos: la libertad sindical (art. 28.1 CE), derecho de huelga y conflictos colectivos (arts. 28.2 y 37 CE) . . . . .</i>	120
<b>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 . . . . .</b>	<b>122</b>
3.1. <i>El control empresarial del acceso a las redes sociales, desde las herramientas de trabajo y en tiempo de trabajo (art. 20.3 ET) . . . . .</i>	122
3.2. <i>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) . . . . .</i>	124
3.3. <i>La difícil aplicación de la doctrina judicial a los medios que son propiedad del trabajador («BYOD»). . . . .</i>	126
<b>4. La importancia de la autorregulación . . . . .</b>	<b>128</b>
4.1. <i>Negociación colectiva . . . . .</i>	128
4.2. <i>Código de conducta telemático . . . . .</i>	129
4.3. <i>Contrato de trabajo . . . . .</i>	132
<b>5. Consecuencias del uso extra laboral de las redes sociales por los trabajadores: conductas sancionables por el empresario. Casuística judicial . . . . .</b>	<b>132</b>
5.1. <i>Uso de redes sociales en tiempo de trabajo . . . . .</i>	134
5.2. <i>Actos de competencia desleal . . . . .</i>	135
5.3. <i>Actividades incompatibles con la incapacidad temporal . . . . .</i>	135
5.4. <i>Ofensas vertidas en las redes sociales . . . . .</i>	136
5.5. <i>Acoso moral y sexual a través de las redes sociales . . . . .</i>	137
5.6. <i>Publicación de información empresarial sensible . . . . .</i>	137
<b>6. Implicaciones de la prueba obtenida a través de redes sociales en el proceso laboral. . . . .</b>	<b>137</b>
6.1. <i>Admisibilidad de la prueba . . . . .</i>	137
6.2. <i>Veracidad y autoría de lo publicado . . . . .</i>	138
6.3. <i>Valor de la prueba a efectos de recurso de suplicación . . . . .</i>	138

<p><b>II</b></p> <p><b>PROBLEMÁTICA JURISPRUDENCIAL ORDENADA Y SISTEMATIZADA</b></p>
--

<b>I. LAS REDES SOCIALES Y LA NORMATIVA DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y COMERCIO ELECTRÓNICO . . . . .</b>	141
<b>II. REDES SOCIALES Y PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL . . . . .</b>	154
<b>III. LAS REDES SOCIALES Y LA PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL . . . . .</b>	184
<b>IV. PROTECCIÓN PENAL Y CIVIL DE LOS DERECHOS PERSONALÍSIMOS EN REDES SOCIALES . . . . .</b>	194
1. <b>Jurisdicción Penal . . . . .</b>	194
1.1. <i>Delito de usurpación de identidad . . . . .</i>	194
1.2. <i>Delito de amenazas . . . . .</i>	200
1.2. <i>Delito de coacciones . . . . .</i>	204
1.3. <i>Delito de descubrimiento y revelación de secretos . . . . .</i>	210
1.4. <i>Delitos contra la integridad moral o sexual . . . . .</i>	218
1.5. <i>Delito de enaltecimiento del terrorismo . . . . .</i>	228
2. <b>Jurisdicción Civil . . . . .</b>	235
<b>V. LAS REDES SOCIALES EN EL ÁMBITO LABORAL. . . . .</b>	259
1. <b>Consecuencias del uso extra laboral de las redes sociales por los trabajadores: conductas sancionables por el empresario. . . . .</b>	259
1.1. <i>Uso de redes sociales en tiempo de trabajo . . . . .</i>	263
1.2. <i>Competencia desleal . . . . .</i>	268
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. <b>Implicaciones de la prueba obtenida a través de redes sociales en el proceso laboral. . . . .</b>	284
2.1. <i>Admisibilidad de la prueba . . . . .</i>	284
2.2. <i>Veracidad y autoría de lo publicado . . . . .</i>	287
2.3. <i>Valor de la prueba a efectos de recurso de suplicación . . . . .</i>	288
3. <b>La importancia de la autorregulación . . . . .</b>	291
3.1. <i>Código de conducta telemático . . . . .</i>	291
4. <b>Límites al control empresarial . . . . .</b>	301
5. <b>Libertad de expresión e información y redes sociales, criterios jurisprudenciales . . . . .</b>	302

**III**  
**ESQUEMAS PROCESALES**

<b>I. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO ANTE LA AEPD . . . . .</b>	310
<b>II. PROCEDIMIENTO CIVIL . . . . .</b>	311
<b>III. PROCEDIMIENTO PENAL. PROCEDIMIENTO ORDINARIO. . . . .</b>	312
<b>IV. PROCEDIMIENTO PENAL. PROCEDIMIENTO ABREVIADO . . . . .</b>	313

**IV**  
**FORMULARIOS**

<b>I. MODELO DE ESCRITO DE EJERCICIO DERECHOS SOBRE LOS DATOS PERSONALES ANTE AEPD. . . . .</b>	315
<b>II. MODELO DE ESCRITO DE DENUNCIA ANTE AEPD. . . . .</b>	316
<b>III. MODELO DE ESCRITO DE DEMANDA POR INFRACCIÓN DE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL. . . . .</b>	317
<b>IV. MODELO DE ESCRITO DE DEMANDA POR INFRACCIÓN DE MARCA. . . . .</b>	319
<b>V. MODELO DE DENUNCIA PENAL . . . . .</b>	322
<b>VI. MODELO DE QUERELLA. . . . .</b>	323

**V**  
**NORMATIVA REGULADORA**

<b>I. Constitución Española . . . . .</b>	325
<b>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) . . . . .</b>	326

<b>III. Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a un mercado único de servicios digitales (<i>Digital Services Act</i>) y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE . . . . .</b>	<b>332</b>
<b>IV. Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales . . . . .</b>	<b>339</b>
<b>V. Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal. . . . .</b>	<b>343</b>
<b>VI. 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>	<b>348</b>
<b>VII. Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico . . . . .</b>	<b>350</b>
<b>VIII. Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas. . . . .</b>	<b>360</b>
<b>IX. Ley 3/1991, de 10 de enero, de Competencia Desleal . . . . .</b>	<b>364</b>
<b>X. Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. . . . .</b>	<b>366</b>
<b>XI. 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>	<b>370</b>
<b>XII. Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual . . . . .</b>	<b>370</b>
<b>XIII. 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 . . . . .</b>	<b>380</b>