

ÍNDICE SISTEMÁTICO

	<u>PÁGINA</u>
Sumario	7
Presentación	9
Unidad didáctica 1. Arquitectura y funcionamiento técnico de internet	13
Presentación y objetivos	15
1. ¿Qué es internet?	17
2. Origen de internet	19
2.1. Antecedentes	19
2.2. Concepción teórica	20
2.3. Aplicación práctica	21
3. Internet físico	22
4. Funcionamiento	25
4.1. Modelo cliente-servidor	25
4.2. Lenguaje e identificación	26
4.3. Modelos descriptivos de interconexión de las redes	28

4.4. Acceso a internet. Los proveedores de servicios de internet	29
4.5. El principio de extremo a extremo	30
5. Servicios que operan sobre internet	31
6. La world wide web	32
6.1. Origen y configuración	32
6.2. Evolución de la web	34
6.3. Elementos caracterizadores de la web 2.0	36
6.4. La web profunda	38
Conceptos básicos a retener	40
Referencias bibliográficas	41
Unidad didáctica 2. Marco normativo de internet: regulación y autorregulación	43
Presentación y objetivos	44
1. Derecho de internet: problemática, concepto, contenido y naturaleza	46
1.1. Cuestiones previas	46
1.2. Problemática	47
1.3. Concepto	48
1.4. Contenido	49
1.5. Naturaleza jurídica	52
1.6. Repercusión jurídica del carácter extraterritorial de internet	53
2. Derecho de los contenidos digitales	55
3. Autorregulación	58
3.1. Concepto y clases	58
3.2. Formas de manifestación de la autorregulación	60
3.2.1. Autorregulación técnica	60
3.2.2. Autorregulación de contenidos: códigos de conducta y otras manifestaciones	61
4. Convergencia tecnológica y derecho de internet	64
Conceptos básicos a retener	67
Actividades de repaso	68
Referencias bibliográficas	68

Unidad didáctica 3. Gobierno de internet y gestión de nombres de dominio	71
Presentación y objetivos	73
1. Gobierno de internet	75
1.1. Cuestiones previas	75
1.2. Gobierno del funcionamiento de internet	76
1.2.1. Origen	76
1.2.2. Funciones de la ICANN	77
1.2.3. Estructura operativa e institucional	78
1.3. Gobierno de internet como gobernanza	81
2. La neutralidad de la red	82
2.1. Neutralidad y poderes políticos	83
2.2. Neutralidad e intereses económicos	85
3. Sistema de nombres de dominio	87
3.1. Introducción	87
3.2. Características de los nombres de dominio	89
3.3. Estructura de los nombres de dominio	90
3.4. Registro de los nombres de dominio	91
3.5. Nombres de dominio y otros signos	93
3.5.1. Cuestiones generales y tipos de conflictos	93
3.5.2. Medios de solución de conflictos	95
4. Registro de dominios bajo la extensión «.es»	98
4.1. Régimen jurídico	98
4.2. Sujetos participantes	99
4.3. Operaciones asociadas al registro	100
4.3.1. Asignación	101
4.3.2. Transmisión, reasignación, cancelación y suspensión de dominios	103
5. Resolución extrajudicial de conflictos de titularidad de dominios «.es»	104
5.1. Características	105
5.2. Registro de carácter abusivo o especulativo	106
Conceptos básicos a retener	108
Actividades de repaso	109
Referencias bibliográficas	111

Unidad didáctica 4. Prestaciones de servicios a través de internet	113
Presentación y objetivos	115
1. Estrategia de la Unión Europea para preservar el mercado único.....	117
2. Ámbito objetivo y subjetivo de la LSSI	119
2.1. Ámbito objetivo	120
2.2. Ámbito subjetivo	121
3. Principios del régimen de prestación de servicios y tipos de prestadores	124
3.1. Principios	124
3.2. Tipos de prestadores de servicios	125
4. Obligación general para todos los prestadores de servicios de la sociedad de la información	126
4.1. Obligación general de suministrar acceso a cierta información	126
4.2. Incumplimiento de la obligación general de información: régimen administrativo sancionador	128
5. Régimen de los prestadores de servicios de intermediación	129
5.1. Concepto de prestador de servicios de intermediación y justificación de la existencia de un régimen jurídico específico	129
5.2. Obligaciones de los prestadores de servicios de intermediación	130
5.2.1. Deber de colaboración con las autoridades	131
5.2.2. Deber de información especial sobre seguridad	131
5.2.3. Deber de conservación de determinados datos de tráfico de los usuarios	132
5.3. Responsabilidad de los prestadores de servicios de intermediación ...	133
5.3.1. Cuestiones generales	133
5.3.2. Características principales del régimen de responsabilidad de los intermediarios	134
5.3.3. Responsabilidad por transmisión	135
5.3.3.1. Configuración de la exención	136
5.3.3.2. Interpretación de la exención	136
5.3.4. Responsabilidad por copia temporal de datos (caching)	137
5.3.4.1. Configuración de la exención	137
5.3.4.2. Interpretación de la exención	138

5.3.5. Responsabilidad por alojamiento de datos de terceros (hosting)	139
5.3.5.1. Configuración de la exención	139
5.3.5.2. Interpretación de la exención. El significado del conocimiento efectivo y el deber de diligencia	140
5.3.6. Responsabilidad por enlaces e instrumentos de búsqueda ...	142
5.3.6.1. Configuración de la exención	142
5.3.6.2. Interpretación de la exención	143
Conceptos básicos a retener	146
Actividades de repaso	147
Ejemplos jurisprudenciales	148
Referencias bibliográficas	149
Unidad didáctica 5. Derechos de la personalidad en internet	151
Presentación y objetivos	153
1. Análisis general de los derechos de la personalidad	155
1.1. Origen, concepto y clases	155
1.2. Contenido, supuestos de intromisión y protección del derecho al honor	157
1.3. Contenido, supuestos de intromisión y protección del derecho a la intimidad	159
1.4. Contenido, supuestos de intromisión y protección del derecho a la propia imagen	161
1.5. Límites a los derechos de la personalidad	162
1.6. Los derechos de libertad de expresión e información. La técnica de la ponderación de derechos	163
1.7. Especialidades en el caso de los menores	166
2. Singularidades de los derechos de la personalidad en internet	167
2.1. Aspectos generales	167
2.2. Impacto de la difusión	168
2.3. Sujetos responsables	169
2.3.1. El autor material	169
2.3.2. Sujetos colaboradores	171
2.3.2.1. Prestadores de servicios de intermediación	171
2.3.2.2. Medios de comunicación on line	171
2.3.2.3. Particulares	173

2.4. Aspectos de derecho internacional privado	174
2.4.1. Tribunales competentes	174
2.4.2. Ley aplicable	177
2.4.3. Ejecución de sentencias	177
2.5. Derecho al nombre, anonimato, suplantación y usurpación de la personalidad en internet	178
2.5.1. Nombre y anonimato en la red	178
2.5.2. Suplantación de la personalidad y usurpación del estado civil	179
2.6. Derecho al secreto de las comunicaciones en internet	181
2.6.1. Secreto de las comunicaciones en el ámbito de la empresa ...	182
Conceptos básicos a retener	183
Actividades de repaso	184
Referencias bibliográficas	185
Unidad didáctica 6. Protección de datos personales en internet ..	187
Presentación y objetivos	189
1. Análisis del derecho de protección de los datos personales	191
1.1. Cuestiones generales	191
1.2. Normativa de aplicación	191
1.3. La Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal	193
1.3.1. Relación entre la normativa nacional y la europea	193
1.3.2. Ámbito objetivo y territorial	194
1.3.3. Sujetos afectados	196
1.3.4. Configuración jurídica del sistema de protección	196
1.3.4.1. Obligaciones impuestas al responsable del tratamiento	197
1.3.4.2. Derechos reconocidos al interesado	201
1.3.4.3. La Agencia Española de Protección de Datos	203
2. Especialidades del derecho de protección de datos personales en internet	203
2.1. Cuestiones generales	203
2.2. Adaptación de los conceptos de protección de datos al entorno digital	205
2.2.1. Ámbito objetivo	205
2.2.2. Ámbito territorial	207

2.2.3. Tratamiento de datos en el ámbito de páginas web	209
2.2.3.1. Obtención de datos personales vía web	209
2.2.3.2. Difusión de datos personales vía web	210
2.2.4. Tratamiento de datos en el ámbito de las redes sociales	212
2.2.5. Tratamiento de datos en el ámbito de los buscadores	215
2.2.5.1. Buscadores como proveedores de servicios a los usuarios	215
2.2.5.2. Buscadores como proveedores de servicios de acceso a contenidos. El derecho al olvido	216
2.2.6. Tratamiento de datos en el ámbito de las aplicaciones de los dispositivos inteligentes	218
2.2.7. Tratamiento de datos en el ámbito de los servicios de computación en la nube	219
2.2.8. Tratamiento de datos en el ámbito del «internet de las cosas»	222
Conceptos básicos a retener	225
Actividades de repaso	226
Referencias bibliográficas	227
Unidad didáctica 7. Propiedad intelectual en el ámbito digital ..	229
Presentación y objetivos	231
1. El derecho de propiedad intelectual. Concepto y régimen jurídico. Sujetos, objeto y contenido. Límites. Transmisión	233
1.1. ¿Qué es la propiedad intelectual?	233
1.2. Inmaterialidad de la obra	234
1.3. Regulación legal	235
1.4. Nacimiento del derecho de autor. Sistema automático de «todos los derechos reservados». Licencias libres	236
1.5. Sujetos: el autor	237
1.6. Objeto: requisitos y tipos de obras	238
1.7. Contenido: derechos morales, de explotación y remuneratorios	239
1.7.1. Derechos morales	240
1.7.2. Derechos de explotación	240
1.7.3. Derechos remuneratorios	241
1.8. Límites legales al derecho de autor. La regla de los tres pasos	241
1.9. La transmisión de los derechos de propiedad intelectual. Cesiones exclusivas y no exclusivas	244

2. Impacto de internet en el derecho de autor	246
2.1. Principales factores determinantes del cambio	246
2.2. Derechos patrimoniales en internet	247
2.2.1. Reproducción	248
2.2.2. Comunicación pública	248
2.2.3. Distribución. La reventa de obras digitales	249
2.2.4. Transformación	250
2.3. Límites a los derechos patrimoniales en internet	250
2.3.1. Reproducciones provisionales	251
2.3.2. Copia privada digital	252
2.3.3. Agregación de contenidos	254
2.3.4. Límites al derecho de autor en el ámbito docente e investi- gador	255
2.3.5. Reproducción y comunicación pública a favor de ciertos orga- nismos	257
2.4. Legalidad de los enlaces en internet	257
2.5. Intercambio de archivos por redes P2P	259
2.5.1. Acciones contra los usuarios	260
2.5.2. Acciones contra los intermediarios	261
2.6. Medidas de protección de los derechos de propiedad intelectual	264
2.6.1. Medidas preventivas de protección	264
2.6.2. Medidas represivas de protección	265
2.6.2.1. Acciones judiciales	266
2.6.2.2. Acciones judiciales para la protección de las me- didas tecnológicas	267
2.6.2.3. Medidas administrativas de protección: el proce- dimiento de restablecimiento de la legalidad	269
2.7. Licencias para la difusión de contenidos. El movimiento Open Access	273
2.7.1. La licencia GNU/GPL	274
2.7.2. Las licencias Creative Commons	275
2.7.3. El movimiento Open Access	276
2.8. Aspectos de derecho internacional privado	277
Conceptos básicos a retener	280
Actividades de repaso	281
Referencias bibliográficas	282

Unidad didáctica 8. Comercio electrónico, consumidores y firma digital	285
Presentación y objetivos	287
1. Comercio electrónico	289
1.1. Carácter normativo diversificado	289
1.2. Concepto de contratación electrónica	290
1.3. Principios generales de la contratación electrónica	290
1.4. Tipos de contratos electrónicos	293
1.4.1. Contratos de comercio electrónico directo e indirecto	293
1.4.2. Contratos electrónicos entre empresas (B2B), entre empresas y consumidores (B2C) y entre consumidores (C2C)	294
1.4.3. Contratos celebrados por medio de comunicación individual y contratos on line	295
1.5. Fases del contrato electrónico	295
1.5.1. Fase de formación: obligaciones previas a la contratación y forma de su cumplimiento	295
1.5.2. Fase de perfección: oferta, aceptación y consentimiento	296
1.5.2.1. Oferta y aceptación	296
1.5.2.2. Momento de la perfección del contrato	298
1.5.3. Fase de ejecución o cumplimiento	300
1.5.3.1. Obligaciones posteriores a la celebración del contrato	300
1.5.3.2. Pago	301
1.5.3.3. Facturación electrónica	303
1.5.4. Prueba de los contratos electrónicos	305
1.5.5. Aspectos de derecho internacional privado	305
2. Protección de los consumidores en internet	307
2.1. Ley general para la defensa de los consumidores y usuarios	307
2.1.1. Medidas previas a la celebración del contrato: información que se debe facilitar y forma de hacerlo	308
2.1.2. Medidas posteriores a la celebración del contrato	310
2.1.2.1. Medidas de información	310
2.1.2.2. Derecho de desistimiento	310
2.1.2.3. Ejecución de la prestación	312
2.2. Ley sobre condiciones generales de la contratación. Protección frente a cláusulas abusivas	313

2.3. Códigos de conducta, distintivos públicos de confianza y resolución extrajudicial de conflictos en materia de consumo	314
3. Seguridad en las transacciones comerciales: la firma electrónica	318
3.1. Cuestiones generales	318
3.2. Firma manuscrita, firma electrónica y firma digital	319
3.3. Firma electrónica avanzada y firma electrónica reconocida	321
3.4. Valor probatorio de los documentos electrónicos en general y de los firmados electrónicamente	321
3.4.1. Documento electrónico y sus clases	321
3.4.2. Principio de admisión general como prueba documental en juicio de los documentos electrónicos	322
3.5. Prestadores de servicios de certificación	323
3.5.1. Concepto y tipos de prestadores. Régimen de actuación	323
3.5.2. Régimen de vigilancia y control	324
3.6. Certificados electrónicos de personas jurídicas	325
3.7. El documento nacional de identidad electrónico	325
Conceptos básicos a retener	327
Actividades de repaso	328
Referencias bibliográficas	329
Unidad didáctica 9. Protección del mercado on line: publicidad, competencia y marcas	331
Presentación y objetivos	333
1. Régimen general de la publicidad. Configuración. Regulación y autorregulación	335
1.1. Configuración de la publicidad	335
1.2. Regulación publicitaria. Principios generales y concepto legal de publicidad	336
1.3. Autorregulación publicitaria. Confianza on line	338
2. Comunicaciones comerciales y publicidad on line	342
2.1. Singularidades de la publicidad a través de internet	342
2.2. Diferencia entre publicidad y comunicación comercial	343
2.3. Principios de la publicidad on line	345
2.4. Formatos publicitarios en la web. Sistemas de pago	346

2.5. Publicidad on line y privacidad	348
2.5.1. Comunicaciones comerciales por correo electrónico	349
2.5.1.1. Obtención del consentimiento	349
2.5.1.2. Requisitos del correo electrónico publicitario	350
2.5.1.3. Consecuencias del incumplimiento	351
2.5.1.4. Listas «Robinson» y comunicaciones comerciales on line	351
2.5.2. Publicidad comportamental y uso de cookies	352
2.5.2.1. Delimitación de la publicidad comportamental	352
2.5.2.2. Sujetos intervinientes y funcionamiento	353
2.5.3. Regulación jurídica del uso de cookies en España	354
2.5.3.1. La guía sobre el uso de las cookies	356
3. Competencia en el mercado	358
3.1. Cuestiones generales	358
3.2. Defensa de la competencia	359
3.3. Competencia desleal	362
3.3.1. Conductas desleales y acciones judiciales contra ellas	363
3.3.2. Competencia desleal y economía digital colaborativa	365
3.3.3. Competencia desleal y el screen scraping	366
4. Marcas en internet	368
4.1. Concepto jurídico de marca. Funciones	368
4.2. Marcas y motores de búsqueda	370
4.3. Venta de productos falsificados a través de sitios de subastas on line	372
4.4. Distribución on line de productos que daña la función de fama o reputación de la marca	374
4.5. Conflictos entre marcas y nombres de dominio	375
Conceptos básicos a retener	378
Actividades de repaso	379
Referencias bibliográficas	380
Unidad didáctica 10. Actividad delictual en internet y ciberseguridad	383
Presentación y objetivos	385
1. Cuestiones generales sobre el derecho penal. Principios rectores	387

2. Singularidades del derecho penal en el ámbito digital	389
2.1. Carácter transnacional	389
2.2. Popularización del uso de internet. Diversidad y mutabilidad de las acciones delictivas	392
2.3. Identificación de los sujetos responsables	393
3. Clasificación de los delitos cometidos en internet	395
3.1. Delitos en los que el objeto de la actividad delictiva son los propios sistemas informáticos	395
3.2. Delitos en los que las nuevas tecnologías constituyen un medio para su comisión	399
3.3. Otros delitos. Especialmente los cometidos a través de las redes sociales	403
4. Responsabilidad penal de las personas jurídicas. Los programas de cumplimiento	404
4.1. Justificación de la exigencia de responsabilidad penal de las personas jurídicas	404
4.2. Características principales del sistema de responsabilidad	406
4.3. Causas de exención de responsabilidad penal de las personas jurídicas. Los programas de compliance	408
5. Ciberseguridad	410
5.1. Cuestiones generales: la ciberseguridad como parte de la Estrategia de Seguridad Nacional	410
5.2. La Estrategia de Ciberseguridad Nacional	411
5.2.1. Justificación de la elaboración de la Estrategia de Ciberseguridad Nacional	412
5.2.2. Elementos clave de la Estrategia de Ciberseguridad Nacional	413
5.3. Estructura organizativa e institucional en materia de ciberseguridad ..	415
5.4. Gestión de incidentes de ciberseguridad	419
Conceptos básicos a retener	422
Actividades de repaso	424
Referencias bibliográficas	425