

LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN RELACIÓN CON LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. José Manuel Tourné Alegre. Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid. Abogado en ejercicio. Director General de la Federación para la protección de la propiedad intelectual de la obra audiovisual (FAP). Secretario General de la Unión Videográfica Española (UVE). Consejero de la Internacional Video Federation (IVF)		13
Introducción		16
I. La sociedad de la información.....		17
II. Sociedad de la información y propiedad intelectual ..		24
III. Propiedad intelectual		27
1. Propiedad intelectual en una obra audiovisual		28
A) Conceptos		28
B) La explotación de una obra audiovisual		30
2. La puesta a disposición como comunicación pública.		33
3. La gestión colectiva y el papel de las entidades de gestión en relación con la propiedad intelectual ...		34
4. Los límites de la propiedad intelectual		37
5. La copia para uso privado.....		38
6. La copia para uso privado y el caso "Que choisir" ..		41

IV. Piratería audiovisual. La gran amenaza.....	42
1. Concepto de piratería.....	43
2. Tipos de piratería.....	44
A) La persecución de la piratería: Sensibilización..	46
B) La persecución de la piratería: Legislación adecuada.....	48
a) Legislación criminal.....	48
b) La Directiva 2001/29/CE para la armonización de determinados aspectos de los derechos de autor y afines en la sociedad de la información.....	51
c) La Directiva 2004/48/CE para el respeto de los derechos de propiedad intelectual.....	55
C) La persecución de la piratería: Aplicación de las leyes.....	56
LOS PROBLEMAS JURÍDICOS DERIVADOS DEL NOMBRE DEL DOMINIO. Javier A. Maestre Rodríguez.	
Abogado.....	61
I. Planteamiento del problema de la identificación en internet.....	65
II. Antecedentes históricos de internet y del sistema de nombres de dominio.....	67
1. Conceptos de internet.....	67
A) Los orígenes hasta la aparición de la NSFNET.	69
a) La Conmutación de paquetes.....	69
b) La red ARPANET y el desarrollo de Internet	70
c) Sobre la World Wide Web.....	71
2. Los comienzos del desarrollo del sistema de nombres de dominio (1982-1992).....	72
3. El desarrollo comercial del sistema de nombres de dominio 1993-1999.....	73
4. La icann y la actualidad.....	75
III. El funcionamiento del nombre de dominio.....	76
1. Las funciones originales.....	77
2. Cómo funciona el nombre de dominio.....	78

3. El papel actual de los nombres de dominio. El principal signo de identificación de internet.....	79
4. Tipos de dominios de primer nivel.....	80
A) Los dominios genéricos Internacionales.....	80
a) Los dominios genéricos tradicionales abiertos.....	80
b) Los dominios genéricos tradicionales cerrados.....	81
c) Los nuevos dominios de primer nivel.....	81
B) Los dominios territoriales, la Norma ISO 3166-1.	82
IV. Las regulaciones de los nombres de dominio.....	83
1. La primera regulación: el principio "first come first served" y la "política" de resolución de conflictos de NSI.....	83
2. La política unificada de resolución de conflictos UDRP.....	84
A) Los requisitos de estimación de las UDRP.....	85
a) El ámbito material: Los dominios afectados por las UDRP y enunciación requisitos.....	85
b) La titularidad de derechos de propiedad intelectual o industrial.....	86
c) La ausencia de interés legítimo.....	87
d) La mala fe.....	88
B) Las posibilidades de impugnación del proceso UDRP.....	89
V. Conflictos conforme a la normativa tradicional.....	93
1. Tipología de la problemática jurídica de los nombres de dominio.....	93
A) Clasificación en función del derecho o grupo normativo concreto afectado.....	94
B) Clasificación de Milton Mueller.....	95
C) Otros conflictos, nombres de localidades y los metatags.....	97
D) Los problemas de derecho público.....	99
2. Los problemas de derecho privado en España, marcas y competencia desleal.....	100

A) Las relaciones con el derecho de marcas	100
a) Finalidad de la legislación marcaria	100
b) El derecho de uso exclusivo de la marca.....	101
B) Presupuestos de la estimación de la acción por violación de marca.....	102
C) El riesgo de confusión	102
D) El riesgo de asociación y la aplicación de la legislación marcaria a supuestos concurrenciales	103
E) Consideración especial de los nombres de dominio en la nueva Ley española de Marcas y de las facultades de prohibición del titular de la marca.....	105
a) Supuestos de máxima competencia	107
b) Supuestos de competencia moderada.....	107
c) Supuestos meramente concurrenciales: la marca notoria o renombrada.....	108
F) Las relaciones con el derecho de competencia desleal	108
G) Relaciones con otros signos distintivos y grupos normativos.....	112
a) El nombre de la persona física	112
b) Las denominaciones sociales y nombres comerciales	113
c) El nombre de las asociaciones.....	115
d) Las denominaciones de origen.....	116
e) Signos institucionales	121
3. Otros casos españoles no comentados	122
A) Caso Sertel.....	122
B) Caso Ozu.....	123
C) Caso Nocilla, análisis de la adopción de medidas cautelares.....	124
D) Caso denuestratierra.com.....	129

COMUNICACIONES COMERCIALES. Javier Ribas

Alejandro. Abogado..... 133

I. Correo electrónico y <i>spam</i>	135
---	-----

1. Origen y significado de la palabra "spam"	135
2. Medios de difusión.....	136
3. Obtención de los datos de los destinatarios.....	137
4. Técnicas anti- <i>spam</i>	138
5. Estadísticas AUI y perjuicios causados	139
II. Comunicaciones electrónicas y LSSI	140
1. Concepto de comunicación electrónica	140
2. Régimen jurídico.....	141
3. Información exigida.....	142
4. Prohibición	142
5. Derechos de los destinatarios.....	143
6. Infracciones de la LSSI.....	144
7. Resoluciones de la Agencia Española de Protección de Datos en materia de LSSI	145
8. Infracciones de la LOPD	145

DELITOS INFORMÁTICOS. Assumpta Zorraquino Rico.

Abogada..... 147

I. Introducción: definiciones	149
II. El código penal y las tecnologías de la información..	150
III. Regulación en la red y autoregulación	151
IV. Dificultades en la investigación.....	152
V. Convenio sobre el cibercrimen	155
VI. Delitos contra la propiedad intelectual e industrial....	157
VII. Delitos de estafa.....	160
VIII. Descubrimiento y revelación de secretos	162
IX. Delito de daños informáticos.....	166

LA PERFECCIÓN DEL CONTRATO ELECTRÓNICO.

María Ángeles Fernández González-Regueral. Profesora

de Derecho civil. Universidad Sau Pablo - CEU..... 169

I. Consideraciones generales.....	171
II. La oferta y la aceptación en la contratación electrónica: momento de perfección del contrato	176

LA CONTRATACIÓN A DISTANCIA DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS. José Ramón Salelles Climent.

Profesor Titular de Derecho mercantil. Universitat Pompeu Fabra.....	193
I. La contratación en el mercado financiero como contratación especial	196
II. La contratación en el mercado financiero y las nuevas tecnologías de la comunicación.....	201
III. La prestación de servicios financieros como contratación a distancia	210
IV. Proveedores, intermediarios y usuarios. Especial consideración de la condición de consumidor de servicios financieros a distancia	216
V. Información de carácter precontractual	224
VI. Servicios y comunicaciones no solicitados	236
VII. La perfección del contrato a distancia de servicios financieros.....	242
VIII. La ejecución del contrato: el pago mediante tarjeta... ..	245
IX. La terminación del contrato por desistimiento.....	250
X. Tratamiento judicial, administrativo, y extrajudicial de los conflictos	259
XI. Bibliografía de referencia	262

LA PUBLICIDAD EN LA LEY DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. Rafael Gimeno-

Bayón Cobos. Magistrado en excedencia. Abogado. Vocal del Jurado de Publicidad	265
I. Introducción.....	268
II. Publicidad y comunicaciones comerciales	269
1. La publicidad	269
2. Las comunicaciones comerciales.....	271
3. Análisis comparativo	273
A) Naturaleza	273
B) La finalidad	274
a) La norma.....	274
b) La promoción objetiva	274
c) Los bienes o servicios promovidos	275

C) Sujetos.....	276
a) El anunciador en la Ley General de Publicidad	277
b) El anunciador en la Ley de los Servicios de la Sociedad de la información y de comercio electrónico	278
c) El anunciado	279
d) La actividad del anunciado.....	280
III. Las comunicaciones no comerciales	284
1. Las excepciones normativas	284
A) La norma	284
B) Los datos identificativos	286
C) Los mensajes independientes.....	287
D) Los contenidos editoriales de las páginas web... ..	289
2. La promoción negativa	289
A) La publicidad denigratoria.....	289
B) La comunicación comercial denigratoria	291
IV. Los límites	291
1. La libertad de expresión.....	291
2. La Ley General de Publicidad	292
3. La Ley de Protección Orgánica de Datos Personales.....	293
4. La Ley de Servicios de la Sociedad de la Información.....	295
V. El código ético de comercio electrónico y publicidad interactiva.....	295
1. El Preámbulo.....	295
2. La publicidad	296
A) Normas generales	297
B) Normas especiales	297
VI. Sócrates y el mercado ateniense	297