

# Índice

ABREVIATURAS.....	17
INTRODUCCIÓN: INTERNET Y DERECHO .....	21

## Capítulo I CONCEPTOS PREVIOS

I. Datos .....	27
1. Concepto.....	27
2. Clases de datos. Los “klikstream data” .....	28
3. Procedencia de los datos.....	36
II. Usuario final/destinatario del servicio .....	38
1. Concepto. Su identificabilidad.....	38
2. Los menores de edad .....	47
III. Prestador del servicio .....	50
1. Concepto.....	51
2. Cookies propias o de terceros.....	52
3. El titular de la cookie o tecnología similar es el responsable del tratamiento de los datos .....	53
IV. Servicios de la sociedad de la información. Concepto legal .....	54

## Capítulo II LA TECNOLOGÍA: LAS COOKIES, EL WEB BEACON, EL HTML5 Y LOS IDENTIFICADORES ANÓNIMOS

I. Cookies.....	57
1. Concepto y función .....	58
2. Tipos de cookies.....	60
2.1. Entidad gestora. Cookies propias o de terceros .....	60
2.2. Tiempo. Cookies de sesión o persistentes .....	62
2.3. Finalidad que se persiga con el tratamiento de datos.....	63
2.3.1. Cookies técnicas .....	64
2.3.2. Cookies de análisis .....	67
2.3.3. Cookies publicitarias y de publicidad comporta- mental .....	67
2.4. Supuesto especial: <i>flash</i> cookies y <i>zombie</i> cookies .....	70
3. Desactivación de las cookies instaladas .....	71

1.2.4. La ilusión del individuo sobre su poder de decisión. Contexto complejo y autorresponsabilidad	159
1.3. El principio de lealtad y transparencia aplicado a la creación de perfiles. Ejemplos de sitios web .....	164
1.4. La compatibilidad entre el tratamiento de los datos y su finalidad. Principio de proporcionalidad de los datos tratados y conservados .....	169
2. Comunicación o cesión de datos a terceros .....	172
2.1. Finalidad de la cesión y consentimiento del interesado..	172
2.2. Datos “anónimos”, “anonimizados” y datos “disociados” .....	175
2.3. Ejemplos de cesión de datos a terceros en concretos sitios web. Política de privacidad y eufemística .....	177
II. Consentimiento informado del usuario de internet/interesado en el tratamiento de datos recogidos mediante cookies y tecnologías análogas.....	187
1. Relación entre el consentimiento informado para la instalación de cookies y tecnologías análogas y consentimiento informado para el tratamiento de los datos recogidos mediante ellas.....	188
2. Presentación de una “única” información que comprenda tecnología y privacidad.....	189
3. Un supuesto especial: los datos sensibles .....	190

### Capítulo V

## PUBLICIDAD “DIRIGIDA” ONLINE EN LA RED Y EN EL ENTORNO MÓVIL (*IN-APP*) SOBRE LA BASE DEL PERFIL DEL USUARIO DE INTERNET

I. Datos económicos acerca de la publicidad online (internet e <i>in-app</i> ) .....	195
II. La publicidad online (internet e <i>in-app</i> ) .....	197
1. Tipos de publicidad online .....	199
2. Publicidad “dirigida” online en internet.....	202
2.1. Concepto .....	202
2.2. Sujetos participantes.....	205
2.2.1. El editor y el anunciante .....	205
2.2.2. Las redes proveedoras de publicidad. El leading case DoubleClick, Inc. Privacy Litig.....	206
2.2.2.1. Las redes proveedoras de publicidad ...	206
2.2.2.2. <i>DoubleClick</i> nos afecta a todos.....	209
3. Publicidad <i>in-app</i> .....	211
3.1. Concepto .....	211
3.2. Sujetos participantes.....	213

3.2.1. El desarrollador de la aplicación.....	214
3.2.2. Los fabricantes de sistemas operativos o dispositivos móviles.....	214
3.2.3. La tienda (virtual) de aplicaciones .....	215
3.2.4. Terceras partes.....	215
III. La incidencia del uso del perfil del usuario en la formación de la voluntad contractual. Las prácticas comerciales.....	216
1. Prácticas comerciales desleales .....	217
1.1. Noción de “práctica comercial desleal”. Prohibición general.....	218
1.2. Tipos de prácticas comerciales .....	222
1.2.1. Prácticas engañosas .....	223
1.2.2. Prácticas agresivas .....	224
2. Prácticas comerciales discriminatorias. La discriminación invisible.....	227
3. Consecuencias jurídicas de la consideración de una práctica comercial como desleal o discriminatoria. La protección del usuario de internet/consumidor .....	229

### Capítulo VI

## LA PROTECCIÓN DEL USUARIO DE INTERNET POR EL DERECHO DE AUTOR FRENTE AL USO DE COOKIES Y TECNOLOGÍAS ANÁLOGAS

I. Los “datos personales online” del usuario de internet como “base de datos electrónica” a efectos de su protección por el Derecho de autor.....	236
1. La originalidad.....	237
1.1. La originalidad en el “proceso de creación” de una obra	237
1.2. La “disposición” o “selección” de la información personal protegible por el Derecho de autor .....	240
2. Autoría. Derecho de paternidad .....	244
3. Consecuencias jurídicas de la calificación de los “datos personales online” como “base de datos electrónica”.....	247
3.1. Facultades de explotación económica.....	247
3.1.1. Necesidad de recabar el consentimiento del autor para la transmisión de las facultades. Cesión online .....	247
3.1.2. Remuneración al autor .....	252
3.2. Facultades morales.....	253
II. Medidas tecnológicas de protección de la “base electrónica de datos personales” y actos de elusión .....	255

1. Desactivación, rechazo de cookies y navegación “modo incógnito” como medidas tecnológicas de protección .....	255
2. <i>Flash</i> y <i>Zombie</i> Cookies y otras tecnologías como actos de elusión de las medidas tecnológicas de protección adoptadas por el usuario/autor.....	257

### *Capítulo VII* CONCLUSIONES

I. La “digitalización” de la persona física .....	261
II. Instalación de cookies o tecnología análoga y desequilibrio en perjuicio del usuario/destinatario del servicio.....	262
III. El usuario de internet en el centro de la toma de decisiones acerca de su información personal. El mercado “secundario” .....	265
1. La “cosificación” de la información personal.....	265
2. La cesión del “uso comercial” de la información personal a cambio de una contraprestación. El Derecho de autor como modelo.....	270
IV. Conciencia plena o “mindfulness” del usuario de internet y Recuperación de su libertad contractual .....	273
V. Medidas tecnológicas de protección y configuración del navegador.....	276
 BIBLIOGRAFÍA CITADA .....	 279
SITIOS WEB CONSULTADOS .....	287
OTROS MATERIALES EMPLEADOS.....	289
LEGISLACIÓN.....	291