

Se recomienda leer los materiales conjuntamente con el cuestionario correspondiente al tema para fijar la atención en las cuestiones de interés y hacer una lectura comprensiva.

También, materiales “Derecho y TICs”, Máster Oficial Sistemas y Servicios Sociedad de la Información www.uv.es/mastic

TEMA V

V. GENERALIDADES DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y SPAM..... 2

1. TEXTO LSSICE RESPECTO DE CUESTIONES GENERALES: DEFINICIONES, ÁMBITO DE APLICACIÓN.....	2
2. PREGUNTAS Y RESPUESTAS BÁSICAS GENERALES Y DE INTERÉS DE WWW.LSSI.ES	11
3. NUEVA OBLIGACIÓN DE INFORMACIÓN DE SEGURIDAD.....	15
4. EL “SPAM”	16
<i>Generalidades: origen, historia, importancia</i>	16
<i>Algunos datos sobre el SPAM</i>	18
<i>Tratamiento del SPAM en la LSSICE</i>	18
<i>Prohibición parece que va más allá de los mensajes “comerciales”</i>	21
<i>Mail como dato personal, spam desde la perspectiva de la protección de datos.</i>	21
<i>Sanción AGPD por mandar a muchos mails y dejarlos visibles</i>	21

V. GENERALIDADES DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y SPAM

1. Texto LSSICE respecto de cuestiones generales: definiciones, ámbito de aplicación

LEY 34/2002, DE 11 DE JULIO, DE SERVICIOS DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y DE COMERCIO ELECTRÓNICO. MODIFICADA POR LAS LEYES 32/2003, 59/2003.

ANEXO.

Definiciones

A los efectos de esta Ley, se entenderá por:

a. Servicios de la sociedad de la información o servicios: todo servicio prestado normalmente a título oneroso, a distancia, por vía electrónica y a petición individual del destinatario.

El concepto de servicio de la sociedad de la información comprende también los servicios no remunerados por sus destinatarios, en la medida en que constituyan una actividad económica para el prestador de servicios.

Son servicios de la sociedad de la información, entre otros y siempre que representen una actividad económica, los siguientes:

1. La contratación de bienes o servicios por vía electrónica.
2. La organización y gestión de subastas por medios electrónicos o de mercados y centros comerciales virtuales.
3. La gestión de compras en la red por grupos de personas.
4. El envío de comunicaciones comerciales.
5. El suministro de información por vía telemática.
6. El vídeo bajo demanda, como servicio en que el usuario puede seleccionar a través de la red, tanto el programa deseado como el momento de su suministro y recepción, y, en general, la distribución de contenidos previa petición individual.

No tendrán la consideración de servicios de la sociedad de la información los que no reúnan las características señaladas en el primer párrafo de este apartado y, en particular, los siguientes:

7. Los servicios prestados por medio de telefonía vocal, fax o télex.
8. El intercambio de información por medio de correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente para fines ajenos a la actividad económica de quienes lo utilizan.
9. Los servicios de radiodifusión televisiva (incluidos los servicios de cuasivídeo a la carta), contemplados en el artículo 3.a) de la Ley 25/1994, de 12 de

julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, del Consejo, de 3 de octubre, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, o cualquier otra que la sustituya.

10. Los servicios de radiodifusión sonora, y

11. El teletexto televisivo y otros servicios equivalentes como las guías electrónicas de programas ofrecidas a través de las plataformas televisivas.

b. Servicio de intermediación: servicio de la sociedad de la información por el que se facilita la prestación o utilización de otros servicios de la sociedad de la información o el acceso a la información.

Son servicios de intermediación la provisión de servicios de acceso a Internet, la transmisión de datos por redes de telecomunicaciones, la realización de copia temporal de las páginas de Internet solicitadas por los usuarios, el alojamiento en los propios servidores de datos, aplicaciones o servicios suministrados por otros y la provisión de instrumentos de búsqueda, acceso y recopilación de datos o de enlaces a otros sitios de Internet.

c. Prestador de servicios o prestador: persona física o jurídica que proporciona un servicio de la sociedad de la información

e. Destinatario del servicio o destinatario: persona física o jurídica que utiliza, sea o no por motivos profesionales, un servicio de la sociedad de la información.

g. Consumidor: persona física o jurídica en los términos establecidos en el artículo 1 de la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

i. Comunicación comercial: toda forma de comunicación dirigida a la promoción, directa o indirecta, de la imagen o de los bienes o servicios de una empresa, organización o persona que realice una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional.

A efectos de esta Ley, no tendrán la consideración de comunicación comercial los datos que permitan acceder directamente a la actividad de una persona, empresa u organización, tales como el nombre de dominio o la dirección de correo electrónico, ni las comunicaciones relativas a los bienes, los servicios o la imagen que se ofrezca cuando sean elaboradas por un tercero y sin contraprestación económica.

j. Profesión regulada: toda actividad profesional que requiera para su ejercicio la obtención de un título, en virtud de disposiciones legales o reglamentarias.

l. Contrato celebrado por vía electrónica o contrato electrónico: todo contrato en el que la oferta y la aceptación se transmiten por medio de equipos electrónicos de tratamiento y almacenamiento de datos, conectados a una red de telecomunicaciones.

(INCLUYE MODIFICACIONES LMISD)

TÍTULO I

Disposiciones Generales

CAPÍTULO I

Objeto

Artículo 1. Objeto.

1. Es objeto de la presente Ley la regulación del régimen jurídico de los servicios de la sociedad de la información y de la contratación por vía electrónica, en lo referente a las obligaciones de los prestadores de servicios incluidos los que actúen como intermediarios en la transmisión de contenidos por las redes de telecomunicaciones, las comunicaciones comerciales por vía electrónica, la información previa y posterior a la celebración de contratos electrónicos, las condiciones relativas a su validez y eficacia y el régimen sancionador aplicable a los prestadores de servicios de la sociedad de la información.

2. Las disposiciones contenidas en esta Ley se entenderán sin perjuicio de lo dispuesto en otras normas estatales o autonómicas ajenas al ámbito normativo coordinado, o que tengan como finalidad la protección de la salud y seguridad pública, incluida la salvaguarda de la defensa nacional, los intereses del consumidor, el régimen tributario aplicable a los servicios de la sociedad de la información, la protección de datos personales y la normativa reguladora de defensa de la competencia.

CAPÍTULO II

Ámbito de aplicación

Artículo 2. Prestadores de servicios establecidos en España.

1. Esta Ley será de aplicación a los prestadores de servicios de la sociedad de la información establecidos en España y a los servicios prestados por ellos.

Se entenderá que un prestador de servicios está establecido en España cuando su residencia o domicilio social se encuentren en territorio español, siempre que éstos coincidan con el lugar en que esté efectivamente centralizada la gestión administrativa y la dirección de sus negocios. En otro caso, se atenderá al lugar en que se realice dicha gestión o dirección.

2. Asimismo, esta Ley será de aplicación a los servicios de la sociedad de la información que los prestadores residentes o domiciliados en otro Estado ofrezcan a través de un establecimiento permanente situado en España.

Se considerará que un prestador opera mediante un establecimiento permanente situado en territorio español cuando disponga en el mismo, de forma continuada o habitual, de instalaciones o lugares de trabajo, en los que realice toda o parte de su actividad.

3. A los efectos previstos en este artículo, se presumirá que el prestador de servicios está establecido en España cuando el prestador o alguna de sus sucursales se haya inscrito en el Registro Mercantil o en otro registro público español en el que fuera necesaria la inscripción para la adquisición de personalidad jurídica.

La utilización de medios tecnológicos situados en España, para la prestación o el acceso al servicio, no servirá como criterio para determinar, por sí solo, el establecimiento en España del prestador.

4. Los prestadores de servicios de la sociedad de la información establecidos en España estarán sujetos a las demás disposiciones del ordenamiento jurídico español que les sean de aplicación, en función de la actividad que desarrollen, con independencia de la utilización de medios electrónicos para su realización.

Artículo 3. Prestadores de servicios establecidos en otro Estado miembro de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo.

1. Sin perjuicio de lo dispuesto en los artículos 7.1 y 8, esta Ley se aplicará a los prestadores de servicios de la sociedad de la información establecidos en otro Estado miembro de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo cuando el destinatario de los servicios radique en España y los servicios afecten a las materias siguientes:

a. Derechos de propiedad intelectual o industrial.

b. Emisión de publicidad por instituciones de inversión colectiva.

c. Actividad de seguro directo realizada en régimen de derecho de establecimiento o en régimen de libre prestación de servicios.

d. Obligaciones nacidas de los contratos celebrados por personas físicas que tengan la condición de consumidores.

e. Régimen de elección por las partes contratantes de la legislación aplicable a su contrato.


f. Licitud de las comunicaciones comerciales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente no solicitadas.

2. En todo caso, la constitución, transmisión, modificación y extinción de derechos reales sobre bienes inmuebles sitos en España se sujetará a los requisitos formales de validez y eficacia establecidos en el ordenamiento jurídico español.

3. Los prestadores de servicios a los que se refiere el apartado 1 quedarán igualmente sometidos a las normas del ordenamiento jurídico español que regulen las materias señaladas en dicho apartado.

4. No será aplicable lo dispuesto en los apartados anteriores a los supuestos en que, de conformidad con las normas reguladoras de las materias enumeradas en el apartado 1, no fuera de aplicación la ley del país en que resida o esté establecido el destinatario del servicio.

Artículo 4. Prestadores establecidos en un Estado no perteneciente a la Unión Europea o al Espacio Económico Europeo.

A los prestadores establecidos en países que no sean miembros de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo, les será de aplicación lo dispuesto en los artículos 7.2 y 11.2.  (VERSIÓN ANTERIOR DECÍA 7.2 Y 8)

Los prestadores que dirijan sus servicios específicamente al territorio español quedarán sujetos, además, a las obligaciones previstas en esta Ley, siempre que ello no contravenga lo establecido en tratados o convenios internacionales que sean aplicables.

Artículo 5. Servicios excluidos del ámbito de aplicación de la Ley.

1. Se regirán por su normativa específica las siguientes actividades y servicios de la sociedad de la información:

a. Los servicios prestados por notarios y registradores de la propiedad y mercantiles en el ejercicio de sus respectivas funciones públicas.

b. Los servicios prestados por abogados y procuradores en el ejercicio de sus funciones de representación y defensa en juicio.

2. Las disposiciones de la presente Ley, con la excepción de lo establecido en el artículo 7.1, serán aplicables a los servicios de la sociedad de la información relativos a juegos de azar que impliquen apuestas de valor económico, sin perjuicio de lo establecido en su legislación específica estatal o autonómica.

TÍTULO II

Prestación de servicios de la sociedad de la información

CAPÍTULO I

Principio de libre prestación de servicios

TÍTULO II

Prestación de servicios de la sociedad de la información

CAPÍTULO I

Principio de libre prestación de servicios

Artículo 6. No sujeción a autorización previa.

La prestación de servicios de la sociedad de la información no estará sujeta a autorización previa.


Esta norma no afectará a los regímenes de autorización previstos en el ordenamiento jurídico que no tengan por objeto específico y exclusivo la prestación por vía electrónica de los correspondientes servicios.

Artículo 7. Principio de libre prestación de servicios.

1. La prestación de servicios de la sociedad de la información que procedan de un prestador establecido en algún Estado miembro de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo se realizará en régimen de libre prestación de servicios, sin que pueda establecerse ningún tipo de restricciones a los mismos por razones derivadas del ámbito normativo coordinado, excepto en los supuestos previstos en los artículos 3 y 8.

2. La aplicación del principio de libre prestación de servicios de la sociedad de la información a prestadores establecidos en Estados no miembros del Espacio Económico Europeo se atenderá a los acuerdos internacionales que resulten de aplicación.

(ESTE ARTÍCULO 8 HA SIDO MODIFICADO POR LA LMISI, LA ACTUAL REDACCIÓN ES)

Artículo 8. Restricciones a la prestación de servicios y procedimiento de cooperación intracomunitario. 

1. En caso de que un determinado servicio de la sociedad de la información atente o pueda atentar contra los principios que se expresan a continuación, los órganos competentes para su protección, en ejercicio de las funciones que tengan legalmente atribuidas, podrán adoptar las medidas necesarias para que se interrumpa su prestación o para retirar los datos que los vulneran. Los principios a que alude este apartado son los siguientes:

- a) La salvaguarda del orden público, la investigación penal, la seguridad pública y la defensa nacional.
- b) La protección de la salud pública o de las personas físicas o jurídicas que tengan la condición de consumidores o usuarios, incluso cuando actúen como inversores.
- c) El respeto a la dignidad de la persona y al principio de no discriminación por motivos de raza, sexo, religión, opinión, nacionalidad, discapacidad o cualquier otra circunstancia personal o social, y
- d) La protección de la juventud y de la infancia.

En la adopción y cumplimiento de las medidas de restricción a que alude este apartado se respetarán, en todo caso, las garantías, normas y procedimientos previstos en el ordenamiento jurídico para proteger los derechos a la intimidad personal y familiar, a la protección de los datos personales, a la libertad de expresión o a la libertad de información, cuando estos pudieran resultar afectados.

En todos los casos en los que la Constitución y las leyes reguladoras de los respectivos derechos y libertades así lo prevean de forma excluyente, sólo la autoridad judicial competente podrá adoptar las medidas previstas en este artículo, en tanto garante del derecho a la libertad de expresión, del derecho de producción y creación literaria, artística, científica y técnica, la libertad de cátedra y el derecho de información.

(la versión anterior de este párrafo era: En todos los casos en que la Constitución, las normas reguladoras de los respectivos derechos y libertades o las que resulten aplicables a las diferentes materias atribuyan competencia a los órganos

jurisdiccionales para intervenir en el ejercicio de actividades o derechos, sólo la autoridad judicial competente podrá adoptar las medidas previstas en este artículo.)

(este apartado segundo está modificado en el sentido siguiente)

2. La adopción de restricciones a la prestación de servicios de la sociedad de la información provenientes de prestadores establecidos en un Estado de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo distinto a España deberá seguir el procedimiento de cooperación intracomunitario descrito en el siguiente apartado de este artículo, sin perjuicio de lo dispuesto en la legislación procesal y de cooperación judicial.

3. Cuando un órgano competente acuerde, en ejercicio de las competencias que tenga legalmente atribuidas, y de acuerdo con lo dispuesto en el párrafo a) del apartado 4 del artículo 3 de la Directiva 2000/31/CE, establecer restricciones que afecten a un servicio de la sociedad de la información que proceda de alguno de los Estados miembros de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo distinto de España, dicho órgano deberá seguir el siguiente procedimiento:

a) El órgano competente requerirá al Estado miembro en que esté establecido el prestador afectado para que adopte las medidas oportunas. En el caso de que no las adopte o resulten insuficientes, dicho órgano notificará, con carácter previo, a la Comisión Europea o, en su caso, al Comité Mixto del Espacio Económico Europeo y al Estado miembro de que se trate las medidas que tiene intención de adoptar.

b) En los supuestos de urgencia, el órgano competente podrá adoptar las medidas oportunas, notificándolas al Estado miembro de procedencia y a la Comisión Europea o, en su caso, al Comité Mixto del Espacio Económico Europeo con la mayor brevedad y, en cualquier caso, como máximo, en el plazo de quince días desde su adopción. Así mismo, deberá indicar la causa de dicha urgencia.

Los requerimientos y notificaciones a que alude este apartado se realizarán siempre a través del órgano de la Administración General del Estado competente para la comunicación y transmisión de información a las Comunidades Europeas.

4. Los órganos competentes de otros Estados Miembros de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo podrán requerir la colaboración de los prestadores de servicios de intermediación establecidos en España en los términos previstos en el apartado 2 del artículo 11 de esta ley si lo estiman necesario para garantizar la eficacia de las medidas de restricción que adopten al amparo del apartado anterior.

5. Las medidas de restricción que se adopten al amparo de este artículo deberán, en todo caso, cumplir las garantías y los requisitos previstos en los apartados 3 y 4 del artículo 11 de esta ley.

CAPÍTULO II.
Obligaciones y régimen de responsabilidad de los prestadores de servicios de la sociedad de la información

SECCIÓN I
Obligaciones

Artículo 9. Constancia registral del nombre de dominio. (DEROGADO, se incluye sólo a título informativo, para tener en cuenta que YA NO EXISTE ESTA OBLIGACIÓN)

1. Los prestadores de servicios de la sociedad de la información establecidos en España deberán comunicar al Registro Mercantil en el que se encuentren inscritos, o a aquel otro registro público en el que lo estuvieran para la adquisición de personalidad jurídica o a los solos efectos de publicidad, al menos, un nombre de dominio o dirección de Internet que, en su caso, utilicen para su identificación en Internet, así como todo acto de sustitución o cancelación de los mismos, salvo que dicha información conste ya en el correspondiente registro.

2. Los nombres de dominio y su sustitución o cancelación se harán constar en cada registro, de conformidad con sus normas reguladoras.

Las anotaciones practicadas en los Registros Mercantiles se comunicarán inmediatamente al Registro Mercantil Central para su inclusión entre los datos que son objeto de publicidad informativa por dicho Registro.

3. La obligación de comunicación a que se refiere el apartado 1 deberá cumplirse en el plazo de un mes desde la obtención, sustitución o cancelación del correspondiente nombre de dominio o dirección de Internet.

Artículo 10. Información general.

1. Sin perjuicio de los requisitos que en materia de información se establecen en la normativa vigente, el prestador de servicios de la sociedad de la información estará obligado a disponer de los medios que permitan, tanto a los destinatarios del servicio como a los órganos competentes, acceder por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita, a la siguiente información:

- a. Su nombre o denominación social; su residencia o domicilio o, en su defecto, la dirección de uno de sus establecimientos permanentes en España; su dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer con él una comunicación directa y efectiva.
- b. (versión LMISI) Los datos de su inscripción en el Registro Mercantil en el que, en su caso, se encuentren inscritos o de aquel otro registro público en el que lo estuvieran para la adquisición de personalidad jurídica o a los solos efectos de publicidad.

- c. En el caso de que su actividad estuviese sujeta a un régimen de autorización administrativa previa, los datos relativos a dicha autorización y los identificativos del órgano competente encargado de su supervisión.
- d. Si ejerce una profesión regulada deberá indicar:
 - 1. Los datos del Colegio profesional al que, en su caso, pertenezca y número de colegiado.
 - 2. El título académico oficial o profesional con el que cuente.
 - 3. El Estado de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo en el que se expidió dicho título y, en su caso, la correspondiente homologación o reconocimiento.
 - 4. Las normas profesionales aplicables al ejercicio de su profesión y los medios a través de los cuales se puedan conocer, incluidos los electrónicos.
- e. El número de identificación fiscal que le corresponda.
- f. (versión LMISI) Cuando el servicio de la sociedad de la información haga referencia a precios, se facilitará información clara y exacta sobre el precio del producto o servicio, indicando si incluye o no los impuestos aplicables y, en su caso, sobre los gastos de envío o en su caso aquello que dispongan las normas de las Comunidades Autónomas con competencias en la materia.
- g. Los códigos de conducta a los que, en su caso, esté adherido y la manera de consultarlos electrónicamente.

2. La obligación de facilitar esta información se dará por cumplida si el prestador la incluye en su página o sitio de Internet en las condiciones señaladas en el apartado 1.

3. (versión LMISI) Cuando se haya atribuido un rango de numeración telefónica a servicios de tarificación adicional en el que se permita el acceso a servicios de la sociedad de la información y se requiera su utilización por parte del prestador de servicios, esta utilización y la descarga de programas informáticos que efectúen funciones de marcación, deberán realizarse con el consentimiento previo, informado y expreso del usuario.

A tal efecto, el prestador del servicio deberá proporcionar al menos la siguiente información:

- a. Las características del servicio que se va a proporcionar.
- b. Las funciones que efectuarán los programas informáticos que se descarguen, incluyendo el número telefónico que se marcará.
- c. El procedimiento para dar fin a la conexión de tarificación adicional, incluyendo una explicación del momento concreto en que se producirá dicho fin, y
- d. El procedimiento necesario para restablecer el número de conexión previo a la conexión de tarificación adicional.
- e. La información anterior deberá estar disponible de manera claramente visible e identificable.

Lo dispuesto en este apartado se entiende sin perjuicio de lo establecido en la normativa de telecomunicaciones, en especial, en relación con los requisitos aplicables para el

acceso por parte de los usuarios a los rangos de numeración telefónica, en su caso, atribuidos a los servicios de tarificación adicional.

2. Preguntas y respuestas básicas generales y de interés de www.lssi.es

(Página lssi.es del Ministerio competente)

1.- ¿Quiénes están sujetos a la Ley?

Las personas que realicen actividades económicas por Internet u otros medios telemáticos (correo electrónico, televisión digital interactiva...), siempre que:

La dirección y gestión de sus negocios esté centralizada en España o,

posea una sucursal, oficina o cualquier otro tipo establecimiento permanente situado en territorio español, desde el que se dirija la prestación de servicios de la sociedad de la información.

Se presumirán establecidos en España y, por tanto, sujetos a la Ley a los prestadores de servicios que se encuentren inscritos en el Registro Mercantil o en otro Registro público español en el que fuera necesaria la inscripción para la adquisición de personalidad jurídica.

La utilización de un servidor situado en otro país no será motivo suficiente para descartar la sujeción a la Ley del prestador de servicios. Si las decisiones empresariales sobre el contenido o servicios ofrecidos a través de ese servidor se toman en territorio español, el prestador se reputará establecido en España.

2.- *Mi empresa tiene una página web con información sobre su actividad, productos y servicios que vende, pero éstos no pueden contratarse a través de la página web, ¿me afectan las obligaciones para los prestadores de servicios?*

Sí. La Ley se aplica a toda actividad con trascendencia económica que se realice por medios electrónicos. En este caso, la empresa sólo está obligada a facilitar, a través de su página web, los datos de información general establecidos en el artículo 10, que se refieren principalmente a denominación, domicilio y actividad, y a asegurarse de que la publicidad de otras empresas que, en su caso, figure en la página web pueda distinguirse claramente del contenido propio de la página y esté identificado el anunciante.

Si la empresa está inscrita en un Registro público en el que sea necesaria la inscripción para la adquisición de personalidad jurídica o a efectos de publicidad, deberá comunicar al mismo el nombre de dominio o dirección de Internet que utilice habitualmente para su identificación en Internet.

3.- *¿Los servicios que se prestan de forma gratuita están dentro del ámbito de aplicación de la Ley?*

El criterio para determinar si un servicio o página web está incluido dentro del ámbito de aplicación de la Ley es si constituye o no una actividad económica para su prestador. Todos los servicios que se ofrecen a cambio de un precio o contraprestación están, por tanto, sujetos a la nueva Ley.

Sin embargo, el carácter gratuito de un servicio no determina por sí mismo que no esté sujeto a la Ley. Existen multitud de servicios gratuitos ofrecidos a través de Internet que representan una actividad económica para su prestador (publicidad, ingresos de patrocinadores, etc.) y, por lo tanto, estarían incluidos dentro de su ámbito de aplicación. Ejemplos de estos servicios serían los habituales buscadores, o servicios de enlaces y directorios de páginas web, así como páginas financiadas con publicidad o el envío de comunicaciones comerciales.

4.- ¿Cuándo se entiende que una página web representa una "actividad económica" para su titular?

Cuando éste percibe ingresos directos (por las actividades de comercio electrónico que lleve a cabo a través de la página, etc.) o indirectos (por publicidad, patrocinio, etc.) derivados de su página web, con independencia de que éstos permitan sufragar el coste de mantenimiento de la página, igualen esa cantidad o la superen.

5.- Dispongo de una página web personal. ¿Me afecta la nueva Ley?

La Ley no se aplicará a una página web personal cuando su titular no realice ningún tipo de actividad económica a través de la misma.

Si la página web tiene alojada publicidad en forma de "banners", "pop-ups", etc., su titular estará sujeto a la Ley si percibe alguna remuneración por los mismos. Si éstos no generan ningún ingreso a su titular, por ejemplo, por haber sido impuestos a cambio de la prestación de un servicio gratuito de alojamiento, éste no estará obligado a cumplir las obligaciones previstas en la Ley. Todo ello sin perjuicio de que a esa página le afecten otras normas jurídicas que sean de aplicación por ser públicamente accesible, como el Código Penal o la legislación sobre propiedad intelectual.

6.- Dispongo de una página web personal, pero para financiar gastos tengo alojados "banners" u otros medios de publicidad. ¿En qué me afecta la nueva Ley?

La Ley es de aplicación a las páginas web que ofrezcan mensajes publicitarios por los que el titular de la página perciba algún ingreso. Sin embargo, los únicos requisitos que establece la Ley en cuanto al contenido de las páginas de Internet consisten en incluir una información básica en la página web del prestador. Para una página web personal, la información que debe facilitarse es la siguiente:

- a. Su nombre
- b. Domicilio (indicando, al menos, la localidad y provincia de residencia)
- c. Dirección de correo electrónico.
- d. NIF

e. Cualquier dato que permita establecer una comunicación directa y efectiva, como podría ser, por ejemplo, un teléfono o un número de fax.

f. Los códigos de conducta a los que, en su caso, esté adherido y la manera de consultarlos electrónicamente.

La publicidad que se muestre en la página web deberá ajustarse a lo establecido en la Ley, la cual obliga a identificar al anunciante y a presentarla de manera claramente distinguible de los contenidos no publicitarios de la página. Así mismo, deberán respetarse las restantes normas sobre publicidad, recogidas en otras leyes.

7.- *¿Se aplica la LSSI a las Administraciones Públicas?*

En general, la LSSI no se aplica a las Administraciones Públicas, puesto que éstas no tienen el carácter de prestador de servicios de la sociedad de la información definido en su anexo. De esta forma, determinadas actividades típicas de las Administraciones, como la gestión electrónica de la recaudación de tributos o la información sobre los servicios de un tercero (como podría ser la mera información en la página web de un Ayuntamiento sobre las casas rurales existentes en el término municipal) se consideran como actividades públicas o de interés general distintas a la "actividad económica" a la que se refiere la LSSI. Sin embargo, cuando la actividad de una Administración sí tenga un carácter económico (por ejemplo, la venta de libros turísticos por una entidad pública dependiente de un Ayuntamiento), le será aplicable la LSSI.

8.- *¿Es necesaria alguna autorización para prestar servicios a través de Internet?*

La prestación de cualquier servicio a través de Internet u otros medios electrónicos puede realizarse libremente y no requiere ninguna autorización específica. Sin embargo, aquellas actividades o servicios que estén sujetos a autorización administrativa o a cualquier otro requisito estarán sometidos al régimen general que les sea aplicable por razón de las leyes y normas ya existentes, con independencia de que se presten a través de Internet. Por ejemplo: la autorización general de tipo C necesaria para prestar servicios de acceso a Internet seguirá siendo exigible a los proveedores de acceso a Internet y las autorizaciones precisas para la apertura de determinado tipo de establecimientos, como las farmacias, o la necesidad de colegiarse para ejercer ciertas profesiones no resultan afectadas por esta Ley.

...

12.- *¿Cuáles son las obligaciones que la Ley impone a una empresa que disponga de una página web propia a través de la que comercializa sus productos o servicios?*

Las obligaciones de los prestadores de servicios que realicen actividades económicas a través de Internet se concretan en dos grupos: obligaciones de información y obligaciones en relación con la contratación on-line. Por lo que se refiere a las obligaciones de información, la empresa debe incluir en su página web información básica que permita a los usuarios identificar quién es el titular de dicha página. La información básica que se debe facilitar es, en síntesis, la siguiente:

a. Su denominación social, NIF, domicilio y dirección de correo electrónico, así como los datos de su inscripción en el Registro Mercantil, y cualquier otro dato permita una comunicación directa y efectiva, como por ejemplo un teléfono o un número de fax.

b. Información sobre el precio de los productos que ofrece, los gastos de envío y si incluye o no los impuestos aplicables.

c. Los códigos de conducta a los que, en su caso, esté adherido y la manera de consultarlos electrónicamente.

d. En los casos de que su actividad este sujeta a autorización previa o ejerza una profesión regulada, deberá informar a los usuarios sobre los siguientes aspectos:

a. Si ejerce alguna profesión regulada (abogado, médico, arquitecto, ingeniero), los datos básicos que acrediten su derecho a ejercer dicha profesión (título académico, colegio profesional al que pertenece).

b. Si su actividad estuviera sujeta a autorización administrativa, los datos de la autorización de que disponga.

Además de la información básica señalada anteriormente, si la empresa realiza contratos en línea o por vía electrónica a través de su página web, deberá:

a. Facilitar a los usuarios información con carácter previo al inicio de la contratación de los distintos trámites que deben seguirse para celebrar el contrato on-line,

b. Facilitar a los usuarios información sobre si el prestador va a archivar el documento electrónico en que se formalice el contrato y si éste va a ser accesible,

c. Permitir a los usuarios la posibilidad de rectificar o corregir errores en la introducción de datos antes de confirmar el pedido,

d. Facilitar a los usuarios información con carácter previo al inicio de la contratación de la lengua o lenguas en que podrá formalizarse el contrato,

e. Poner a disposición de los usuarios, si las hubiera, las condiciones generales aplicables al contrato.

Una vez que el consumidor haya enviado su aceptación, la empresa habrá de enviarle una confirmación sobre la recepción de su pedido.

13.- ¿De qué forma ha de mostrarse la información básica sobre el prestador de servicios señalada en el artículo 10 de la Ley?

El artículo 10 de la Ley indica que la información sobre el prestador de servicios y su actividad ha de ponerse a disposición de los usuarios por medios electrónicos, de forma permanente, fácil, directa y gratuita. Cuando los servicios se prestan a través de

una página en Internet, bastará con incluir en ella esa información de manera que ésta sea accesible en la forma indicada.

Estas condiciones se cumplen cuando la información está contenida en la página de inicio del prestador de servicios o se inserta en páginas interiores relacionadas con el tipo de información de que se trate y a las que se pueda acceder a través de un enlace claramente visible, cuyo título aluda de forma inequívoca a la información de que se trate. Por ejemplo: para acceder a la información de identificación de la empresa, serviría una pestaña con el título "quiénes somos" o cualquier otro suficientemente expresivo del tipo de información a que se refiere.

3. Nueva obligación de información de seguridad

Nueva obligación introducida por la LMISL

Artículo 12 bis. Obligaciones de información sobre seguridad.

1. Los proveedores de servicios de intermediación establecidos en España de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 2 de esta Ley que realicen actividades consistentes en la prestación de servicios de acceso a Internet, estarán obligados a informar a sus clientes de forma permanente, fácil, directa y gratuita, sobre los diferentes medios de carácter técnico que aumenten los niveles de la seguridad de la información y permitan, entre otros, la protección frente a virus informáticos y programas espía, y la restricción de los correos electrónicos no solicitados.

2. Los proveedores de servicios de acceso a Internet y los prestadores de servicios de correo electrónico o de servicios similares deberán informar a sus clientes de forma permanente, fácil, directa y gratuita sobre las medidas de seguridad que apliquen en la provisión de los mencionados servicios.

3. Igualmente, los proveedores de servicios referidos en el apartado 1 informarán sobre las herramientas existentes para el filtrado y restricción del acceso a determinados contenidos y servicios en Internet no deseados o que puedan resultar nocivos para la juventud y la infancia.

4. Los proveedores de servicios mencionados en el apartado 1 facilitarán información a sus clientes acerca de las posibles responsabilidades en que puedan incurrir por el uso de Internet con fines ilícitos, en particular, para la comisión de ilícitos penales y por la vulneración de la legislación en materia de propiedad intelectual e industrial.

5. Las obligaciones de información referidas en los apartados anteriores se darán por cumplidas si el correspondiente proveedor incluye la información exigida en su página o sitio principal de Internet en la forma establecida en los mencionados apartados.

4. El "spam"

Generalidades: origen, historia, importancia

<http://www.rompecadenas.com.ar/sketch.htm>

Sketch del spam (Monty Python's Flying Circus - 1969)

Castellano (traducción: Ana Valderrama)

Escena: Un bar. En una mesa, un grupo de Vikingos con cascos con cuernos. Un hombre y su esposa son depositados desde el techo en una mesa.

Hombre: Eric Idle

Esposa: Graham Chapman

Camarera: Terry Jones

Hombre: Sentate aquí, querida.

Esposa: Está bien.

Hombre: (a la camarera) Buen día!

Camarera: Buen día!

Hombre: Bien. ¿Qué tienen?

Camarera: Esteee... hay huevo y panceta; huevo, salchichas y panceta; huevo y spam; huevo, panceta, salchichas y spam; spam, panceta, salchichas y spam; spam, huevo, spam, spam, panceta y spam; salchichas, spam, spam, panceta, spam, tomate y spam,

Vikingos: (comenzando a cantar) spam, spam, spam, spam

Camarera: spam, spam, spam, huevo y spam; spam, spam, spam, spam, spam, arvejas cocidas, spam, spam, spam.....

Vikingos: (cantando) Spam! Rico spam! Rico spam!

Camarera:o Langosta Termidor a la Crevette con salsa mornay a la Provenzal con cebollitas y berenjenas acompañada con paté de trufas, cognac, un huevo frito encima y spam.

Esposa: ¿Tienen algo sin spam?

Camarera: Bueno, hay spam, huevo, salchichas y spam, que no tiene mucho spam.

Esposa: No quiero nada de spam!

Hombre: ¿Por qué no le trae huevo, panceta, spam y salchichas?

Esposa: Porque tiene spam!

Hombre: Pero no tiene tanto como el spam, huevo, salchichas y spam, no?

Vikingos: spam, spam, spam, spam ("in crescendo" durante las siguientes frases de la conversación)

Esposa: ¿Podría preparar huevo, panceta, spam y salchichas sin spam, entonces?

Camarera: Urgghh!

Esposa: ¿Qué quiere decir con "Urgghh! "? No me gusta el spam!

Vikingos: Rico spam! Maravilloso spam!

Camarera: Cállense!

Vikingos: Rico spam! Maravilloso spam!

Camarera: Cállense! (los Vikingos se detienen) Malditos Vikingos! No, no puede pedir huevo, panceta y salchichas sin spam.

Esposa: (chilla) No me gusta el spam!

Hombre: Shhh, querida, no hagas un escándalo. Yo me comeré tu spam. Me encanta. Y voy a pedir spam, spam, spam, spam, spam, spam, spam, arvejas cocidas, spam, spam, spam y spam!

Vikingos: (cantando) Spam, spam, spam, spam. Rico spam! Maravilloso spam!

Camarera: Cállense! No nos quedaron arvejas.

Hombre: Bueno, ¿podría comer el spam de ella en lugar de las arvejas, entonces?

Camarera: Quiere decir spam, spam, spam, spam, spam, spam, spam (pero es demasiado tarde, y el canto de los Vikingos ahoga el sonido de sus palabras)

Vikingos: Spam, spam, spam, spam. Rico spam! Maravilloso spam! Spam, spa-a-a-a-am, spa-a-a-a-a-am, spam. Rico spam! Rico spam! Rico spam! Rico spam! Rico spam! Spam, spam, spam, spam.

De

http://www.telecable.es/personales/carlosmg1/spam_historia.htm

¿Qué es el spam?

Pero, por lo que a nosotros respecta, SPAM es la expresión con la que se conoce el correo no solicitado, es decir, los mensajes que nos envían a nuestro buzón, sin que nosotros hayamos pedido que nos los enviaran.

El diccionario Merriam-Webster recoge el término spam:

Etymology: from a skit on the British television series Monty Python's Flying Circus in which chanting of the word Spam (trademark for a canned meat product) overrides the other dialogue. Date: 1994: unsolicited usually commercial E-mail sent to a large number of addresses.

Algunos datos sobre el SPAM

Fuentes diversas. Los datos varían mucho según fuentes.

En 2006, los usuarios de informática se gastaron un total de 6.000 millones de euros en reparar y reemplazar ordenadores infectados por correo basura o "spam", según un estudio difundido hoy por Deloitte.

El 'spam' supuso en 2006 el 95% de los mails enviados en todo el mundo, y en la actualidad, cada día se envían 60.000 millones de e-mails catalogados como correo basura.

Volumen (Algunos números):

A principio de 2005, el 80% del tráfico de e-mails a nivel mundial era spam.

Actualmente se envían 500 millones de e-mails diarios clasificables como "spam" según la consultora Prince&Cooke

El 23,1% proviene de computadoras de EE.UU. y un 21,9%, de China.

Más del 70% del spam se envía desde computadoras "zombies", ordenadores infectados que van reenviando spam sin que sus propietarios lo sepan.

España es el quinto productor de correo basura en el mundo

Trend Argentina dio a conocer un estudio donde se informa que el envío de e-mail con publicidad no solicitada en español creció un 42 por ciento en el primer trimestre de 2007 y los expertos advierten que seguirá aumentando.

Costes económicos:

Según AOL, mayor proveedor mundial de acceso a la red, el spam llegó a representar un 83% del tráfico informático en el peor momento de este año y ha costado a los proveedores de Internet alrededor de 500 millones de dólares (unos 360 millones de euros) en banda ancha desperdiciada.

Otros datos: 2005 se dijo: las empresas necesitan entre 15 y 20 minutos por empleado al día para eliminar este tipo de publicidad, lo que supone "miles de millones de euros perdidos en productividad". Según los datos de 2002, el spam ha costado a las empresas de la Unión Europea aproximadamente 2.500 millones de euros en pérdidas. El 80% de spam incluye además un 80% de correos electrónicos claramente ilegales, mientras que el restante 20% no está perfectamente tipificado, sino que es dudoso.

Tratamiento del SPAM en la LSSICE

TÍTULO III

Comunicaciones comerciales por vía electrónica

Artículo 19. Régimen jurídico.

1. Las comunicaciones comerciales y las ofertas promocionales se registrarán además de por la presente Ley, por su normativa propia y la vigente en materia comercial y de publicidad.

2. En todo caso, será de aplicación la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, y su normativa de desarrollo, en especial, en lo que se refiere a la obtención de datos personales, la información a los interesados y la creación y mantenimiento de ficheros de datos personales.

Artículo 20, nueva redacción LMISI

Artículo 20. Información exigida sobre las comunicaciones comerciales, ofertas promocionales y concursos.


1. Las comunicaciones comerciales realizadas por vía electrónica deberán ser claramente identificables como tales y la persona física o jurídica en nombre de la cual se realizan también deberá ser claramente identificable.

En el caso en el que tengan lugar a través de correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente incluirán al comienzo del mensaje la palabra "publicidad" o la abreviatura "publi". (*antes sólo "publicidad"*)

2. En los supuestos de ofertas promocionales, como las que incluyan descuentos, premios y regalos, y de concursos o juegos promocionales, previa la correspondiente autorización, se deberá asegurar, además del cumplimiento de los requisitos establecidos en el apartado anterior y en las normas de ordenación del comercio, que queden claramente identificados como tales y que las condiciones de acceso y, en su caso, de participación sean fácilmente accesibles y se expresen de forma clara e inequívoca.

Lo siguiente es nuevo:

3. Lo dispuesto en los apartados anteriores se entiende sin perjuicio de lo que dispongan las normativas dictadas por las Comunidades Autónomas con competencias exclusivas sobre consumo, comercio electrónico o publicidad.

Artículo 21. Prohibición de comunicaciones comerciales realizadas a través de correo electrónico o medios de comunicación electrónica equivalentes. 

1. Queda prohibido el envío de comunicaciones publicitarias o promocionales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente que previamente no hubieran sido solicitadas o expresamente autorizadas por los destinatarios de las mismas.

2. Lo dispuesto en el apartado anterior no será de aplicación cuando exista una relación contractual previa, siempre que el prestador hubiera obtenido de forma lícita los datos de contacto del destinatario y los empleara para el envío de comunicaciones comerciales referentes a productos o servicios de su propia empresa que sean similares a los que inicialmente fueron objeto de contratación con el cliente.

En todo caso, el prestador deberá ofrecer al destinatario la posibilidad de oponerse al tratamiento de sus datos con fines promocionales mediante un procedimiento sencillo y gratuito, tanto en el momento de recogida de los datos como en cada una de las comunicaciones comerciales que le dirija.

Artículo 22. Derechos de los destinatarios de servicios.

1. El destinatario podrá revocar en cualquier momento el consentimiento prestado a la recepción de comunicaciones comerciales con la simple notificación de su voluntad al remitente.

A tal efecto, los prestadores de servicios deberán habilitar procedimientos sencillos y gratuitos para que los destinatarios de servicios puedan revocar el consentimiento que hubieran prestado.

Asimismo, deberán facilitar información accesible por medios electrónicos sobre dichos procedimientos.

2. Cuando los prestadores de servicios empleen dispositivos de almacenamiento y recuperación de datos en equipos terminales, informarán a los destinatarios de manera clara y completa sobre su utilización y finalidad, ofreciéndoles la posibilidad de rechazar el tratamiento de los datos mediante un procedimiento sencillo y gratuito.

Lo anterior no impedirá el posible almacenamiento o acceso a datos con el fin de efectuar o facilitar técnicamente la transmisión de una comunicación por una red de comunicaciones electrónicas o, en la medida que resulte estrictamente necesario, para la prestación de un servicio de la sociedad de la información expresamente solicitado por el destinatario.

La Ley (artículo 38.3.C) señala como infracción grave

c) El envío masivo de comunicaciones comerciales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente o el envío, en el plazo de un año, de más de tres comunicaciones comerciales por los medios aludidos a un mismo destinatario, cuando en dichos envíos no se cumplan los requisitos establecidos en el artículo 21.

y sanciona (en el artículo 38.3.c) como infracciones leves

d) El envío de comunicaciones comerciales por correo electrónico u otro medio de comunicación electrónica equivalente cuando en dichos envíos no se cumplan los requisitos establecidos en el artículo 21 y no constituya infracción grave.

y (artículo 38.4)

Artículo 39. Sanciones.

1. Por la comisión de las infracciones recogidas en el artículo anterior, se impondrán las siguientes sanciones:

a) Por la comisión de infracciones muy graves, multa de 150.001 hasta 600.000 euros.

La reiteración en el plazo de tres años de dos o más infracciones muy graves, sancionadas con carácter firme, podrá dar lugar, en función de sus circunstancias, a la sanción de prohibición de actuación en España, durante un plazo máximo de dos años.

b) Por la comisión de infracciones graves, multa de 30.001 hasta 150.000 euros.

c) Por la comisión de infracciones leves, multa de hasta 30.000 euros.

Prohibición parece que va más allá de los mensajes “comerciales”

No se olvide que la prohibición viene referida a comunicaciones “comerciales” “publicitarias” o “promocionales” no solicitadas (art. 21). Pero, aunque aún no se conoce resolución judicial al respecto, órganos especializados y muy autorizados consideran que la prohibición sí que alcanza también a la comunicación de organizaciones sin ánimo de lucro y políticas¹. Ya se ha dado algún caso de inspección y actuación de la AGPD por denuncia de envíos de correo electrónico para pedir votos en elecciones universitarias.

Mail como dato personal, spam desde la perspectiva de la protección de datos.

Desde la Memoria anual de la AGPD de 1999, esta institución así considera, en principio, con relación a las cuentas conformadas con nombres o apellidos del usuario.

De este modo, el tratamiento de estos datos personales y su obtención para luego remitir spam está sujeto al régimen de la ley: consentimiento, información, principios, cesión, etc. Por todo ello, al remitir spam puedes estar probando que dispones ilícitamente de mails y los has tratado. En su caso, puedes estar probando que aun teniéndolos lícitamente, los usas fuera de las finalidades legítimas.

Sanción AGPD por mandar a muchos mails y dejarlos visibles

Además de las posibles infracciones de la LSSICE, al tratarse de dato personal, pero todo aquel que en una actividad que no sea doméstica o personal deje a la vista las direcciones de correo electrónico de sus destinatarios está cometiendo una infracción multada hasta con 60.101, 21 euros por la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD).

Así, según noticia de *El País* de febrero de 2007, se comenta que D^a A.G. S. sabe bien que no se trata de una amenaza, pues ha tenido que pagar 601,01 euros por haber dejado a la vista 42 direcciones de email al enviar un mensaje promocional de telefonía móvil por encargo de una pequeña empresa conocida como La Cremallera, que estaba llevando a cabo una campaña para Vodafone.

Uno de los destinatarios de este mensaje sintió que se violaba su intimidad al exponer su dirección y no utilizar la opción de copia oculta (CCO), y presentó una denuncia ante la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), quien inició el proceso.

¹ Grupo del artículo 29 en el ámbito europeo, “la prohibición de SPAM alcanza toda forma de promoción de ventas, incluido el marketing directo por organizaciones de caridad y organizaciones políticas”. Así, en la Opinión 5/2004, de 27 de enero, sobre comunicaciones comerciales no solicitadas, pág.7.