



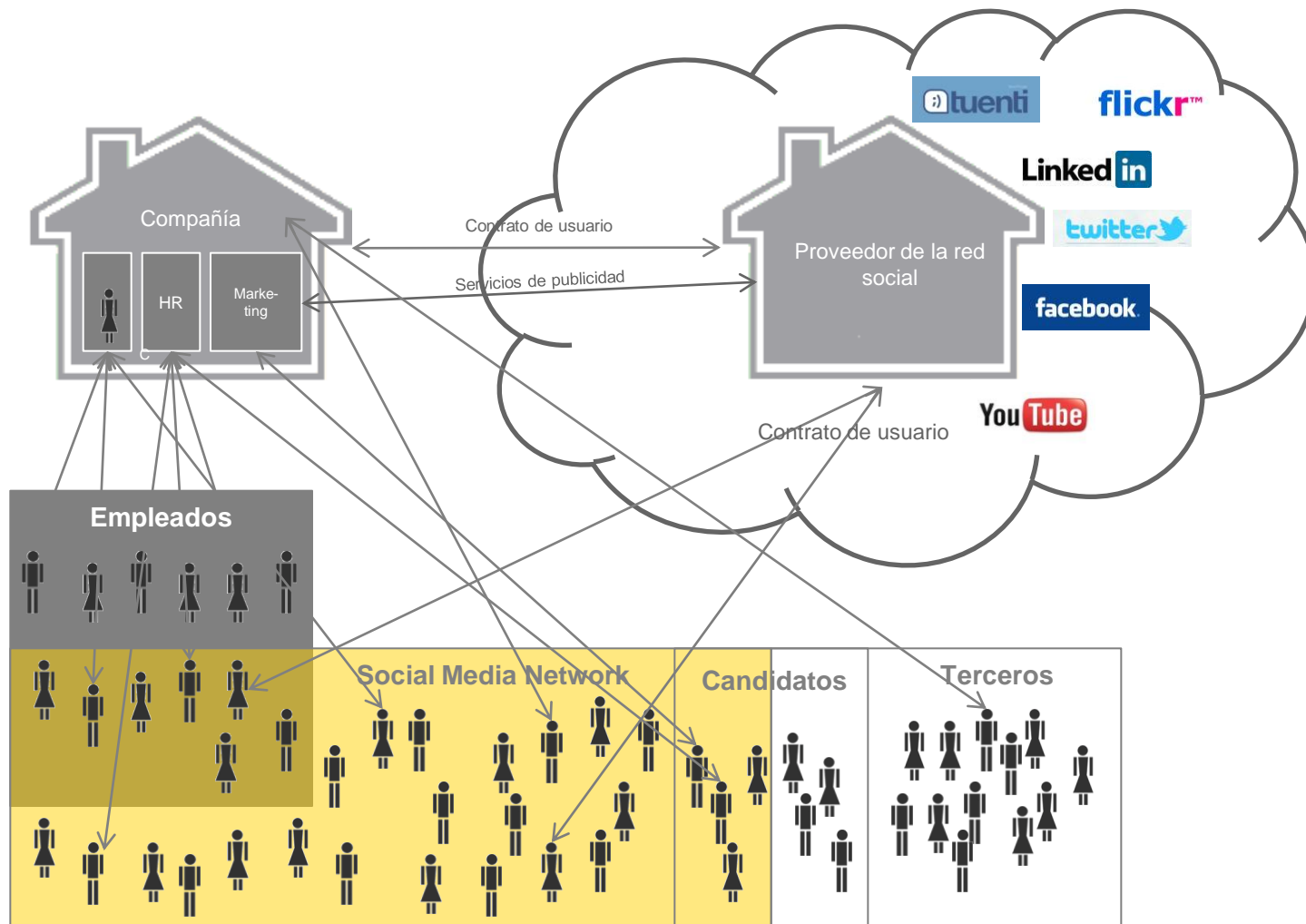
Social Media: Aspectos jurídicos

20 de abril de 2012

Índice

- ▶ Introducción
- ▶ Aspectos jurídicos
- ▶ Las reglas del juego

Introducción: La empresa en la red social



Aspectos jurídicos (I)

Protección de datos

- ▶ “**Identidades digitales**”: reales y publicadas voluntariamente
- ▶ Derecho de información
- ▶ Legitimación: finalidad legítima con un objetivo determinado
- ▶ Calidad de los datos: exactos y actualizados
- ▶ Proporcionalidad en el tratamiento: datos adecuados, pertinentes y no excesivos. No deben mantenerse los datos personales con carácter indefinido sin justificación
- ▶ Régimen del consentimiento: libre, inequívoco, específico
 - ▶ Datos de terceros
 - ▶ Colectivos vulnerables: menores de 14 años
- ▶ Derechos ARCO
- ▶ Transferencias internacionales: estándar adecuado de protección
- ▶ La instalación y uso de “cookies”
- ▶ Baja en el servicio. Derecho al olvido

Aspectos jurídicos (II)

Honor, intimidad y propia imagen

- ▶ El artículo 18 de la CE: protege derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, inviolabilidad del domicilio y secreto de las comunicaciones
- ▶ Exposición de determinados contenidos de manera ofensiva
- ▶ Métodos de denuncia: Las principales redes sociales cuentan con esta medida que permiten a cualquier usuario notificar al administrador de la red social solicitar la retirada de un determinado comentario, vídeo o imagen que atente contra su derecho a la intimidad, honor y propia imagen (ejemplo: no se le permitirá etiquetar de nuevo al usuario en fotografías)
- ▶ Prevención y análisis de las páginas corporativas

Aspectos jurídicos (III)

Derecho Laboral

▶ Ventajas:

- ▶ Interactuación con los empleados
- ▶ Refuerzo de la imagen de marca
- ▶ Selección de personal

▶ Riesgos

- ▶ Seguridad y reputación
 - ▶ ¿Se han desarrollado en la Compañía políticas para el uso de la red social corporativa ?
 - ▶ ¿Están los empleados formados en el uso y la buena conducta en redes sociales?
- ▶ Control del uso de la red social por parte del empleado: Estatuto de los Trabajadores / AEPD / TS
- ▶ Opiniones del trabajador en la red social

Aspectos jurídicos (IV)

Derecho Mercantil

- ▶ Normativa de consumidores y usuarios

- ▶ Publicidad
 - ▶ Publicidad personalizada: lícita, no engañosa y respetuosa
 - ▶ Facilidades para anunciar productos y servicios: gran base de datos de usuarios (potenciales clientes), segmentados por gustos y perfiles, y grandes éxitos.
 - ▶ Autorregulación de las plataformas desde p.v. comercial (Publicity by design)

Aspectos jurídicos (V)

Propiedad Intelectual e Industrial

- ▶ ¿Están las marcas y nombres comerciales registrados y protegidos en los principales mercados?
- ▶ **Contenidos que son titularidad de terceros** y que el usuario decide publicar dentro de la red social sin autorización de los titulares
- ▶ LSSI: *“los prestadores de servicios de intermediación no tienen obligación de supervisar los contenidos que alojan, transmiten o clasifican en un directorio de enlaces, pero deben colaborar con las autoridades públicas, cuando se les requiera para interrumpir la prestación de un servicio de la sociedad de la información o para retirar un contenido de la Red. Pueden incurrir en responsabilidad si, conociendo la ilegalidad de un determinado material, no actúan con rapidez para retirarlo o impedir el acceso al mismo”*
- ▶ Las redes sociales disponen de mecanismos propios para que los usuarios procedan a la autorregulación de los contenidos que desean que existan en la red social. Para ello, se permite “denunciar” internamente
- ▶ **Riesgo de que los contenidos propios puedan ser apropiados por lo usuarios para un uso ilícito**
- ▶ Indexados por los motores de búsqueda de Internet: mayor difusión

Aspectos jurídicos (VI)

Propiedad Intelectual e Industrial

Copyright on text

Copyright on photos

IPR on trademarks and logos



Aspectos jurídicos (VII)

Derecho internacional

- ▶ **Globalidad // Extraterritorialidad**
- ▶ Ley aplicable y tribunales competentes

- ▶ Protección de datos: Directiva 95/46/CE (art. 4) medios ubicados dentro del territorio de dicho Estado

- ▶ Prestación de servicios en territorio español:
 - ▶ Si disponen de la extensión de nombre de dominio .es registrada ante Nic.es
 - ▶ Si el sitio web se encuentra en castellano
 - ▶ Si tiene política de privacidad específica
 - ▶ Si el sitio web, por su apariencia y contenido, pudiera llegar a dar a entender que se dirige al territorio de España
 - ▶ Si la publicidad realizada es de productos y servicios distribuidos desde España
 - ▶ Si el número de usuarios españoles es elevado respecto a la muestra estadística
 - ▶ Si disponen de oficinas o agentes comerciales que traten datos personales en territorio nacional
 - ▶ Si para la prestación del servicio emplean servidores alojados en España

Aspectos jurídicos (VIII)

Derecho Penal

- ▶ **La suplantación de identidad de los usuarios de la red social.** El concepto de “*suplantación de identidad*”, recogido como delito en nuestra normativa penal, adopta una nueva trascendencia en el mundo online, dado que cualquier usuario puede contar en Internet – y normalmente así sucede- con varias “*identidades digitales*”.
- ▶ Propiedad Intelectual. Tres conductas:
- ▶ La **distribución o comunicación pública de contenidos protegibles**, ya sea mediante la distribución de copias físicas, o su puesta a disposición en Internet sin la autorización del titular de los derechos.
- ▶ La **importación o fabricación de software** o medios que permitan vulnerar las medidas de protección técnica incluidas en las obras, es decir, cualquier **sistema que permita saltarse los sistemas antipiratería o anti-copia** de un determinado soporte o página web.
- ▶ Relevancia penal que supone **difundir públicamente contenidos de forma online y mediante tecnología P2P**. El elemento clave es que no exista un ánimo de lucro directamente relacionado con la actividad.

Las reglas del juego

➤ **Condiciones Generales de Contratación**

- ▶ Propiedad de la información
- ▶ Tratamiento de datos de carácter personal
- ▶ Información en la recogida de datos
- ▶ Violación de derechos de Propiedad Intelectual e Industrial
- ▶ Responsabilidad
- ▶ Terminación de la relación contractual
- ▶ Legislación aplicable y tribunal competente

➤ **Regulación especial para uso corporativo: Facebook y LinkedIn**

Propiedad de la información

El usuario conserva la propiedad de sus contenidos. Sin embargo, concede al operador de la plataforma una licencia gratuita muy amplia (licencia IP), que permite al operador utilizar el contenido a su discreción.

El usuario sigue siendo el propietario de los contenidos, pero no tiene un control sobre lo que les sucede ni sobre quienes tienen acceso a ellos.

El usuario conserva la propiedad “en el papel”, pero el operador de la plataforma y en algunos casos los usuarios reciben una licencia de uso sin restricciones.

Precaución a la hora de volcar cualquier contenido en las plataformas de Redes Sociales.

Pérdida de control sobre cómo y para qué utiliza el operador sus contenidos, su marca.

Propiedad de la información

flickr™

LinkedIn

Tú conservas los derechos sobre el contenido que subes, posteas o muestras a través de nuestros servicios. No obstante, concede, a favor de Twitter una licencia no exclusiva, gratuita, mundial y transferible para utilizar, copiar, reproducir, procesar, adaptar, modificar, publicar, transmitir, mostrar y distribuir el contenido en cualquier medio de comunicación o método de distribución (conocidos actualmente o posteriormente desarrollados).
A través de esta licencia, nos autorizas a compartir tus tweets en todo el mundo y permitir a otros usuarios a hacer lo mismo.

twitter

Aunque el usuario mantiene la titularidad sobre los contenidos (fotos, audio, vídeo), con la aceptación de las condiciones generales, concede una licencia, gratuita, no exclusiva y mundial para el uso, distribución, reproducción, adaptación, publicación, traducción e incluso para crear obras derivadas a partir de los citados contenidos.

Esta licencia estará en vigor (i) hasta que el usuario retire el material o (ii) hasta que lo retire Yahoo.

En relación con el resto de contenidos, el usuario concede una licencia gratuita, no exclusiva, mundial, perpetua e irrevocable para el uso, adaptación, publicación, traducción, creación de obras derivadas en relación con dichos contenidos, en cualquier formato presente o que se desarrolle en el futuro.

Tú eres el propietario de la información que facilitas a LinkedIn y puedes solicitar su eliminación en cualquier momento.
Asimismo, otorgas a LinkedIn un derecho no exclusivo, irrevocable, a nivel mundial, perpetuo, ilimitado, sujeto a cesión o sublicencia, gratuito y sin canon para copiar, preparar obras derivadas, mejorar, distribuir, publicar, eliminar, retener, agregar, tratar, analizar, utilizar y comercializar, mediante todas las modalidades de explotación conocidas actualmente o descubiertas en un futuro, cualquier información que facilites a LinkedIn directa o indirectamente incluyendo, pero sin limitación, a cualquier contenido generado por un usuario, ideas, conceptos, técnicas o datos de los servicios que tú facilites a LinkedIn sin ningún consentimiento adicional, notificación y/o compensación para ti o cualquier tercero. Asumes el riesgo de perder cualquier información que nos facilites. (Apartado 2 de las Condiciones de Uso)

Aunque nos permites utilizar la información que recibimos acerca de ti, tú eres en todo momento su propietario.

Para los contenidos protegidos por derechos de Propiedad Intelectual o Industrial, como imágenes y videos (contenidos IP), expresamente nos otorgas un derecho no exclusivo, irrevocable, a nivel mundial, perpetuo, ilimitado, sujeto a cesión o sublicencia, gratuito y sin canon para usar cualquier contenido IP que publiques en Facebook (Licencia IP). Esta Licencia IP termina cuando eliminas tus contenidos IP o tu cuenta, a menos que los contenidos hayan sido compartidos con otros usuarios y éstos no los hayan eliminado.

facebook

TUENTI mantendrá en su plataforma los contenidos publicados y/o compartidos por los usuarios hasta que éstos los retiren o se den de baja en la plataforma TUENTI.

Asimismo, las URLs y/o contenidos publicados dentro de la plataforma de TUENTI, no podrán ser compartidos ni publicados fuera de la plataforma, a menos que se haya obtenido, por escrito y expresamente, el consentimiento de TUENTI.

tuenti

El usuario continuará siendo el titular de los contenidos. No obstante, concede, a favor de YouTube, una licencia no exclusiva, gratuita, mundial y transferible para utilizar, reproducir, distribuir, realizar obras derivadas, mostrar y ejecutar el contenido en cualquier formato y a través de cualquier canal de comunicación. Además, también se concede, al resto de usuarios de YouTube, una licencia mundial, gratuita, no exclusiva para reproducir, utilizar, distribuir, crear obras derivadas, mostrar y ejecutar los contenidos.
En ambos casos, se trata de licencias irrevocables que estarán en vigor hasta que el usuario cancele o borre los vídeos.
Es el usuario quien asume la responsabilidad y garantiza que no infringe derechos de propiedad intelectual de terceros.

ERNST & YOUNG
Quality In Everyth

YouTube

Tratamiento de Datos Personales

Los datos personales serán transferidos a Estados Unidos y Reino Unido (excepto Tuenti → España) para su tratamiento. No obstante, no queda claro exactamente dónde pueden acabar dichos datos

No todos los operadores establecidos en Estados Unidos están adheridos al acuerdo Safe Harbor.

Los datos se pueden almacenar en cualquier lugar del mundo, incluyendo países en los que no aplican las mismas leyes y normas que en la UE.

Debido a que la protección de datos no es igual en todos los países, se deben proporcionar los datos personales con las debidas precauciones.

Tratamiento de Datos Personales

No revelamos tu información, excepto en limitadas circunstancias descritas en nuestra Política de Privacidad.


Mediante el uso de nuestros servicios consientes a la recogida y tratamiento de tus datos (en los términos de nuestra Política de Privacidad), incluyendo la transferencia de la información a los Estados Unidos y/o otros países para su almacenamiento, tratamiento y utilización por Twitter.

No adherido al acuerdo Safe Harbor!



Los datos personales son recabados por Yahoo!, gestor de Flickr, concretamente Yahoo! UK & Irlanda.

Se prevé la posibilidad de transferir los datos personales a Yahoo! Inc, compañía situada en California, que se ha adherido al Safe Harbor Agreement.



...Te rogamos que tengas en cuenta que al convertirte en usuario, nos estás dando tu consentimiento expreso e informado para transferir la información que nos suminstras a los Estados Unidos y para tratarla en este país.


(Apartado 5 de la Política de Privacidad)

Consientes que tus datos personales sean transferidos y tratados en los Estados Unidos....

Facebook también cumple el marco Safe Harbor de la Unión Europea desarrollado por el Departamento de Comercio de Estados Unidos en cuanto a recopilación, uso y retención de datos procedentes de la Unión Europea.




Los datos personales son recabados por Tuenti Technologies. S.L., que tiene su domicilio es Madrid.



Los datos personales serán utilizados por YouTube. No obstante, es posible que algunas funciones avanzadas de YouTube utilicen servicios como, por ejemplo, Google Checkout y AdSense.

Google Inc se encuentra establecida en California y es una entidad adherida al Safe Harbor Agreement.



Información en la recogida de datos personales

Los datos personales se recaban y se analizan para ofrecer a los usuarios servicios y publicidad personalizados.

Dado que las redes sociales se ofrecen de forma gratuita, los operadores de las plataformas deben generar beneficios de los ingresos a través de la publicidad insertada en la misma

Ciertas características y comportamientos de los miembros de la comunidad se hacen públicos, lo que resulta atractivo para las empresas con presencia en las propias redes.

Sin embargo, mucha de la información proporcionada por los usuarios es “sensible” y su tratamiento requerirá un cuidado más estricto.

Información en la recogida de Datos Personales

El contenido que subes, posteas o muestras en Twitter puede ser visto por otros usuarios, terceros y páginas webs.

Solamente compartiremos o revelaremos información sobre ti, con tu consentimiento, tal y como ocurre cuando utilizas aplicaciones de terceros para acceder a tu cuenta Twitter. No obstante, podremos compartir tu información personal con terceros de confianza, con el único fin de permitir el desarrollo y provisión de algunas funciones y servicios.

twitter

Por ejemplo, podemos utilizar la información que recibimos sobre ti:

- como parte de nuestros esfuerzos por mantener la seguridad de Facebook;
- para ofrecerte funciones y servicios de localización, para calibrar o comprender la eficacia de los anuncios que tú y otros usuarios veis;
- para hacerte sugerencias a ti y a otros usuarios de Facebook, como: sugerir a tu amigo que utilice nuestra herramienta de importación de contactos porque tú encontraste amigos gracias a ella; sugerir a otro usuario que te incorpore a su lista de amigos porque ese usuario ha importado la misma dirección de correo electrónico que tú, o sugerir a un amigo que te etiquete en una foto que ha cargado en la cámara que aparece.

facebook

Los datos personales, además de ser tratados para gestionar el alta de los usuarios, serán tratados para dar respuesta a las solicitudes de servicios, personalizar publicidad y realizar estudios de comportamiento.

Los datos personales no solo se recaban a través del formulario para darse de alta como usuario, sino también a través de cookies y accediendo a la IP.

Sólo se cederán a terceras compañías con las que se haya celebrado un contrato de confidencialidad y a otras compañías del grupo para los fines anteriormente indicados.

flickr

Los datos personales serán tratados para llevar a cabo la identificación de los usuarios como tales y permitirles que accedan a los servicios.

Asimismo, también se prevé el uso de los datos personales para remitir comunicaciones comerciales, tanto al perfil, como al correo electrónico, salvo que se opongan.

Cabe la posibilidad de que se cedan los datos personales a terceras compañías de las que no se proporciona información, ni tampoco se especifica el sector en el que operan.

tuenti

Utilizamos la información para:

- Permitirte compartir la información y comunicarte con otros usuarios o facilitar tus datos personales a terceros que ofrecen servicios combinados con LinkedIn.
- Administrar tu cuenta con nosotros ...
- Conectarte a oportunidades permitiendo que otros profesionales te encuentren en LinkedIn.
- Crear y distribuirte publicidad que sea relevante para ti o tu experiencia de red en LinkedIn.

No venderemos, alquilaremos ni proporcionaremos información personal de identificación a terceros sin tu consentimiento...

(Ver Apartado 2 de la Política de Privacidad)

LinkedIn

Los datos personales serán utilizados para crear y mantener la cuenta del usuario, así como para facilitar que éste pueda utilizarla.

Sólo se remitirán comunicaciones comerciales si el usuario expresamente lo autoriza.

Los datos personales no solo se recaban a través del formulario para darse de alta como usuario, sino también a través de cookies y accediendo a la IP.

En cualquier caso, el usuario tiene la opción de deshabilitar las cookies.

Por su parte, Google sólo cederá los datos personales a terceros si el usuario lo consiente expresamente, salvo que los destinatarios sean compañías del mismo grupo o terceras compañías con las que haya celebrado un contrato de prestación de servicios.

YouTube

Violación de derechos de Propiedad Intelectual e Industrial

La mayoría de los operadores cuenta con mecanismos o formularios de denuncia, para proteger los derechos de Propiedad Intelectual e Industrial de posibles violaciones.

Sin embargo, no existe garantía de que puedan frenarse las posibles violaciones e incumplimientos sin una orden judicial.

Las empresas deben vigilar las redes sociales y actuar de inmediato contra las posibles infracciones de sus derechos de Propiedad Intelectual e Industrial.

Violación de derechos de Propiedad Intelectual e Industrial

Twitter reaccionará en relación a las notificaciones de violación de derechos de autor.

Twitter reaccionará contra las violaciones de la normativa en materia de Protección de Datos.

Twitter se reserva el derecho a actuar contra adicionales incumplimientos de la ley.

twitter

Facebook se compromete con la protección de la propiedad intelectual de terceros. Para reportar la infracción de tus derechos de autor u otros derechos de propiedad intelectual (por ejemplo, tus derechos de marca comercial) por parte de un usuario de Facebook, rellena nuestro formulario automatizado sobre vulneración de la propiedad intelectual.

Intentaremos estudiar tu denuncia enseguida. Si todo está en orden, eliminaremos el contenido o cancelaremos el acceso al mismo de forma inmediata. También notificaremos al usuario responsable del contenido y le facilitaremos tu denuncia si así lo solicita. En los casos que sea apropiado, cancelaremos las cuentas de los usuarios reincidentes.

facebook

Se prevé un mecanismo de denuncia de posibles violaciones de derechos de propiedad intelectual.

Sólo lo puede instar el titular de los derechos de propiedad intelectual vulnerados.

El procedimiento se debe llevar a cabo ante Yahoo! Inc.

flickr

“Solo puedes publicar contenidos en la plataforma de TUENTI si tienes todos los derechos necesarios para compartirlos y aceptas que TUENTI mantenga los contenidos que publiques sólo hasta que decidas retirarlos o te des de baja en la plataforma TUENTI”.

“Si publicas y/o compartes contenidos que incumpelen nuestras condiciones de uso, TUENTI puede investigar y retirar dichos contenidos si avisarte previamente”.

tuenti

LinkedIn establece un proceso de presentación de quejas en relación con el contenido publicado por nuestros Usuarios...

En relación con nuestras Condiciones de Uso y con estos procedimientos y sin importar que LinkedIn pueda ser responsable por cualquier presunta violación sobre derechos o impreciso o ilícito contenido, LinkedIn puede eliminar o inutilizar el acceso a contenidos específicos que aparezcan en el sitio Web LinkedIn tras la recepción de una notificación confirmada declarando que el contenido infringe derechos de propiedad intelectual, es impreciso o es ilícito. (Política de Copyright)

LinkedIn

Existen 2 procedimientos habilitados para denunciar posibles violaciones tanto de derechos de propiedad intelectual, como de la privacidad de los datos personales.

En ambos casos, el procedimiento debe ser instado por quien haya visto perjudicado sus derechos o la privacidad de sus datos.

El denunciante debe ser usuario de YouTube.

YouTube

Responsabilidad

Los operadores intentan, siempre que sea posible, excluir toda responsabilidad.

Apenas existe regulación respecto de la responsabilidad que tienen los operadores de Redes Sociales.

Sea consciente de que reclamar contra operadores de Redes Sociales será una tarea difícil.

Responsabilidad



Accedes y utilizas los servicios bajo tu propia responsabilidad. Entiendes y consientes que los servicios se proporcionan sobre una base de "tal y como están disponibles".

Twitter y sus socios rechazan cualquier garantía, expresa o implícita...

En la medida máxima permitida por la ley no se hace responsable ...



Nosotros proveemos Facebook "tal como están", sin ninguna responsabilidad expresa o implícita....

No garantizamos que Facebook sea seguro,...

Facebook no es responsable de las acciones, contenidos o información de terceros, eximiéndonos de cualquier responsabilidad que pudiera surgir de acciones que lleves a cabo contra dichos terceros....

En estos casos, la responsabilidad de Facebook estará limitada en la medida máxima permitida por la ley aplicable.



Yahoo!, sus filiales, asociados y licenciados no tienen responsabilidad alguna, ni deberán pagar compensación alguna por las pérdidas económicas y reputacionales que los usuarios puedan sufrir al usar los servicios ofrecidos.

TUENTI no se responsabiliza de lo que los usuarios publiquen y/o compartan. Asimismo, TUENTI tampoco se responsabiliza de las interacciones y comunicaciones que tengan lugar entre sus usuarios.



"YouTube no se hace responsable frente a Ud. por:

- (i) Pérdidas indirectas o derivadas en que Ud. pueda incurrir, incluyéndose pérdidas de beneficios, pérdidas de fondo de negocio o prestigio empresarial.
- (ii) Pérdidas o daños en que Ud. pueda incurrir a consecuencia de (a) la credibilidad que otorgue a la exhaustividad, precisión o existencia de cualquier material publicitario o a consecuencia de cualquier relación u operación entre Ud. y cualquier publicista o patrocinador cuya publicidad aparezca en los servicios; (b) cualquier cambio que YouTube introduzca en los servicios o cualquier cese permanente o temporal de la prestación de servicios (o de cualquier de sus funciones); (c) la eliminación, corrupción o fallo de almacenamiento de cualquier contenido u otros datos de comunicación mantenidos o transmitidos a través de su utilización de los servicios; (d) su falta de suministro a YouTube de la información de cuenta precisa y (e) su falta de mantenimiento de la seguridad y confidencialidad de su contraseña o información de la cuenta YouTube."



No te bases en linkedin, ninguna información incluida en este o su continuidad. Nosotros proveemos la plataforma para linkedin y toda la información y servicios "tal como están disponibles". LinkedIn no controla o examina los contenidos generados por los usuarios para comprobar su veracidad. ...

En la medida en que lo permita la legislación aplicable, nos eximimos de todas las manifestaciones y garantías...

Ni LinkedIn ni ninguna de nuestras subsidiarias, sociedades filiales, empleados, accionistas o directores serán responsables por (a) daños que superen cinco veces la cuota mensual más reciente que hayas pagado por un Servicio Premium, si hubiera, o la suma de 100 USD (la cifra que resulte más alta), o (b) cualquier daño especial, incidental, indirecto, punitivo o emergente, o cese del uso, beneficios, lucro o datos para ti o terceros como consecuencia del uso de un Servicio.

Terminación de la relación contractual

El usuario podrá solicitar la eliminación de su perfil en cualquier momento. No obstante, por el momento, no existe un derecho a la eliminación total de dicho contenido, aunque la UE pretende incluir el “derecho al olvido” como un derecho principal.

Será eliminado todo aquel contenido o información que no haya sido compartida con otros usuarios y aparezca en sus perfiles.

Nueva normativa europea en relación al “derecho al olvido”: eliminación total de sus datos personales de internet.

Terminación de la relación contractual

No se prevé la terminación de la relación existente entre los usuarios y Twitter.

twitter

Si usted viola la letra o el espíritu de esta Declaración, o crea un riesgo o posible exposición legal para nosotros, podremos dejar de proporcionarle todo o parte de Facebook. Le notificaremos por correo electrónico o en la próxima vez que intente acceder a su cuenta.

También puede eliminar su cuenta o desactivar una aplicación en cualquier momento. En todos estos casos, esta Declaración cesará, pero las siguientes disposiciones se continuarán aplicando...

facebook

El usuario podrá darse de baja en cualquier momento a través de la opción "Account Deletion".

flickr™

El procedimiento sería el mismo que el establecido para el ejercicio de los derechos ARCO: enviando un e-mail a "privacidad@tuenti.com"

tuenti

Podrás rescindir este Contrato, por cualquier o ningún motivo, en cualquier momento, tras notificárselo a LinkedIn de acuerdo con la Cláusula 9.C. Esta notificación será efectiva cuando LinkedIn la haya procesado. LinkedIn podrá rescindir el Contrato y cerrar tu cuenta con o sin causa, en cualquier momento, con o sin notificación....

LinkedIn puede restringir, suspender o cancelar la cuenta de cualquier Usuario que abuse o utilice incorrectamente los Servicios...

Una vez rescindida tu cuenta LinkedIn, no podrás acceder a los Servicios. Los términos de este Contrato continuarán en vigor una vez rescindido el Contrato...

(artículo 7 de las Condiciones de Uso)

LinkedIn

"Si desea resolver su contrato legal con Youtube, podrá hacerlo (a) notificándolo a Youtube en cualquier momento y (b) cerrando su cuenta Youtube. Su notificación deberá ser enviada, por escrito, a la dirección de Youtube indicada al inicio de los presentes Términos y Condiciones".

YouTube

Legislación aplicable y Tribunal competente (cont.)

En la mayoría de los casos, la legislación aplicable no es la española y la competencia para conocer de las cuestiones litigiosas y controvertidas recae sobre Tribunales extranjeros.

Sólo Youtube se rige por la normativa española, si bien, al igual que Tuenti, no señala el fuero competente.

El desconocimiento de la normativa extranjera y el sometimiento a Tribunales extranjeros desincentiva y hace prácticamente inviable el planteamiento de demandas o denuncias por parte de los usuarios.

Legislación aplicable y Tribunal competente

“Estas Condiciones o cualquier otra acción relativa a ellas estarán regidas por las leyes del Estado de California sin tener en cuenta la aplicación las cláusulas de Conflicto de leyes del estado o país de residencia del usuario. Toda reclamación, procedimiento legal o litigio surgida en relación con estos Servicios, procedimientos legales o litigios originados en relación con los Servicios tendrá lugar únicamente en el condado de San Francisco, California, y el usuario acepta dicha jurisdicción y lugar en tales tribunales y renuncia a cualquier objeción en cuanto a la inconveniencia de foro”

twitter

La relación entre el usuario y Facebook se regirá por las leyes del Estado de California.

Serán competentes los Tribunales Federales de Condado de Santa Clara (California) para resolver cualquier disputa o litigio que pueda surgir.

facebook

flickr™

La relación entre el usuario y Flickr se regirá por la legislación irlandesa.

Asimismo, los Juzgados y Tribunales de Irlanda serán competentes para la resolución de las disputas que puedan surgir.

Se rá de aplicación lo previsto en la legislación española. Sin embargo, no se establece qué Tribunales serán los competentes para conocer de las controversias que surjan como consecuencia de la ejecución del contrato.

tuenti

LinkedIn

“Cualquier reclamación, motivo de acción o conflicto (“reclamación”) derivados o relacionados con estas Condiciones de uso se regirá por las leyes del estado de California, con independencia de tu país de origen o desde donde accedas a LinkedIn, y sin perjuicio de las disposiciones relativas al principio de conflicto de leyes y las disposiciones del Convenio de las Naciones Unidas sobre la Venta Internacional de Bienes. Tú y LinkedIn aceptáis que todas las reclamaciones derivadas o relacionadas con estas Condiciones de uso sean resueltas exclusivamente por un tribunal estatal o federal del condado de Santa Clara, California, salvo que las partes lo establezcan de otro modo o como se describe a continuación en el párrafo de la opción de arbitraje.”

“Los Términos y Condiciones y su relación con YouTube conforme a lo aquí previsto, se regirán por las leyes de España”.

No se prevé expresamente qué Tribunales serán los competentes para conocer de las controversias que puedan surgir.

YouTube

Regulación especial para el uso corporativo: Facebook, LinkedIn y Youtube

facebook

GENERAL

La administración de la página de una marca, entidad (lugar u organización) o figura pública solo puede estar a cargo de un representante autorizado.

No puedes incluir condiciones en tu página que contradigan nuestra Declaración de derechos y responsabilidades, nuestra Política de uso de datos o las presentes condiciones.

Nos reservamos el derecho de rechazar o eliminar páginas por cualquier motivo.

PROMOCIONES

Si utilizas Facebook para administrar una promoción (como un concurso o apuesta) o enviar comunicaciones acerca de ella, serás responsable de que el funcionamiento de la promoción cumpla la legalidad vigente.

Exoneración completa de Facebook de toda responsabilidad por parte de cada concursante o participante.

Reconocimiento de que la promoción no está patrocinada, avalada, administrada ni asociada en modo alguno a Facebook.

Aviso de divulgación que indique que el participante proporciona información a [destinatarios de la información] y no a Facebook.

El registro o participación del usuario en la promoción no pueden depender de que realice una acción en ninguna función de Facebook [...],

No debes usar las funciones ni las características de Facebook, por ejemplo el botón "Me gusta", como mecanismos de votación para una promoción.

PROTECCIÓN DE DATOS

Si recopilas contenido e información directamente de los usuarios, informarás expresamente de que eres tú (y no Facebook) quien recopila esos datos, y avisarás a los usuarios y obtendrás su consentimiento para utilizar el contenido y la información recopilados. Independientemente de cómo obtengas el consentimiento y la información de los usuarios, asumirás la responsabilidad de conseguir todos los permisos necesarios para reutilizar el contenido y la información.

No recopilarás contenido o información de otros usuarios, ni accederás de otro modo a Facebook, utilizando medios automáticos (como harvesting bots, robots, arañas o scrapers) sin nuestro permiso.

PUBLICIDAD

Los anunciantes deben garantizar que su publicidad cumpla todas las leyes, normas y normativas aplicables. Todas las afirmaciones de los anuncios deben estar debidamente respaldadas. Los anuncios no deben ofender a los usuarios. Los anuncios y las ofertas que promocionan no deben ser falsos, fraudulentos ni engañosos, ni deben contener spam. Los anuncios no deben contener ni promocionar productos o servicios ilegales. Los anuncios no deben infringir los derechos de terceros.

Se aplican las siguientes normas específicas de contenido:... (Ver Normas de publicidad de Facebook)

GENERAL

LinkedIn ofrece diferentes foros como Grupos, Respuestas y Actualizaciones de la red donde puedes publicar tus observaciones y comentarios sobre temas específicos. LinkedIn también permite intercambiar información permitiendo a sus usuarios publicar actualizaciones, incluidos enlaces a artículos de noticias y otros contenidos como oportunidades de trabajo, recomendaciones de productos, etc en sus perfiles y otras partes del sitio web, como Grupos y perfiles de empresas.

Los miembros de LinkedIn pueden crear grupos y perfiles de empresas de forma gratuita, pero LinkedIn podrá cerrar o transferir grupos o perfiles de empresas de LinkedIn, o eliminar contenidos de estos apartados si violan este Contrato u otros derechos de propiedad intelectual.

PROHIBICIÓN

Utilizar información, contenidos u otros datos visualizados y/u obtenidos a través de LinkedIn para prestar servicios que, a criterio exclusivo de LinkedIn, compiten con LinkedIn.

PROGRAMADORES Y APLICACIONES DE PLATAFORMAS

LinkedIn también permite a programadores de terceros ("Programadores de Plataformas") crear aplicaciones ("Aplicaciones de plataformas") que proporcionan funcionalidades utilizando datos y herramientas de programación suministrados por LinkedIn a través de su plataforma de programación.

LinkedIn no es responsable y no da su aprobación a ningún tipo de funciones, contenido, publicidad, productos u otros materiales en los Sitios de Terceros o Aplicaciones de Plataforma. LinkedIn tampoco revisa, audita o aprueba Aplicaciones de Plataformas. En consecuencia, si decides acceder a Sitios de Terceros o utilizar Aplicaciones de Plataformas, lo haces por tu cuenta y riesgo y aceptas que el uso por tu parte de cualquier Aplicación de Plataformas se basará en "tal como esté" sin ninguna garantía en relación con las acciones de los Programadores de Plataformas y que el presente Contrato no se aplica al uso que hagas de ningún Sitio de Terceros o Aplicación de Programador. Por favor ten en cuenta que si permites que una Aplicación de Plataformas o un Sitio de Terceros accede o se conecta a tu cuenta LinkedIn, dicha aplicación o sitio web puede acceder a información en LinkedIn relacionada contigo y con tus Contactos.

House Rules

This is your Fan Page and we encourage you to leave comments, photos, videos, and links here. However, we will review all comments and will remove any that are inappropriate or offensive. We will leave what you share that relates to the subjects covered on this Page. Please understand that comments posted to this Page do not represent the opinions of The Coca-Cola Company.

Coca-Cola Facebook Terms of Use

The Coca-Cola® Facebook page is intended to provide a place for fans of Coca-Cola® to discuss Coca-Cola® beverages and promotions. All comments, visuals, videos and other type of material posted by fans on this site ("User Content") do not necessarily reflect the opinions or ideals of The Coca-Cola Company ("TCCC"), its employees or affiliates. TCCC (a) does not represent or warrant the accuracy of any statement or product claims made here, (b) is not responsible for any User Content on this site, and (c) does not endorse any opinions expressed on this fan page.

All users must comply with Facebook's Terms of Use and TCCC's Terms of Use for the Coca-Cola Facebook Page. TCCC does not monitor every posting of User Content on the Coca-Cola Facebook Page. TCCC expects, however, that users will not post any materials that fall into any of the following categories and may have removed any materials that:

- Defame, abuse, harass, stalk, threaten or otherwise violate the legal rights (such as rights of privacy and publicity) of others.
- Publish, post, distribute or disseminate any defamatory, infringing, obscene, indecent, misleading or unlawful material or information.
- Upload or attach files that contain software or other material protected by intellectual property laws (or by rights of privacy or publicity) unless you own or control the rights thereto or have received all necessary consents.
- Upload or attach files that contain viruses, corrupted files, or any other similar software or programs that may damage the operation of another's computer.
- Delete any author attributions, legal notices or proprietary designations or labels in any file that is uploaded.
- Falsify the origin or source of software or other material contained in a file that is uploaded.



PUBLICIDAD Y ANUNCIOS

Todos los anuncios de la página principal deben respetar las Normas de la comunidad y la Política de anuncios de YouTube, sin ninguna excepción. Además, todos los anuncios deben cumplir las directrices técnicas.

YouTube exige que todos los anuncios publicados en el sitio o a través del sitio muestren claramente el nombre o el logotipo del anunciante, incluidos los canales de marca y los anuncios promocionados, de texto y de display.

Los anuncios que incluyan medios sociales de sitios o de aplicaciones de terceros solo pueden incluir contenido que sea propiedad del anunciante y que esté controlado por él.

Los anuncios de YouTube no pueden imitar los elementos del sitio en modo alguno.

La interpretación de lo que resulta adecuado o inadecuado corresponde en última instancia al equipo de políticas. No obstante, existen algunas categorías inadecuadas (contenido adulto, ofensivo o violento, productos restringidos, etc.).

Los anunciantes solo pueden orientar sus anuncios a países en los que YouTube haya lanzado un sitio de obtención de ingresos.

CONCURSOS

Todos los concursos organizados en YouTube o que utilizan YouTube cumplen las directrices y políticas de concursos.

CANALES DE MARCA

Los canales de marca actúan como una vía de distribución para el contenido en vídeo y como un destino para que los usuarios interactúen con su marca.

Los canales de marca que incluyan medios sociales de sitios o de aplicaciones de terceros solo pueden incluir contenido que sea propiedad del anunciante y que esté controlado por él.

PROTECCIÓN DE DATOS

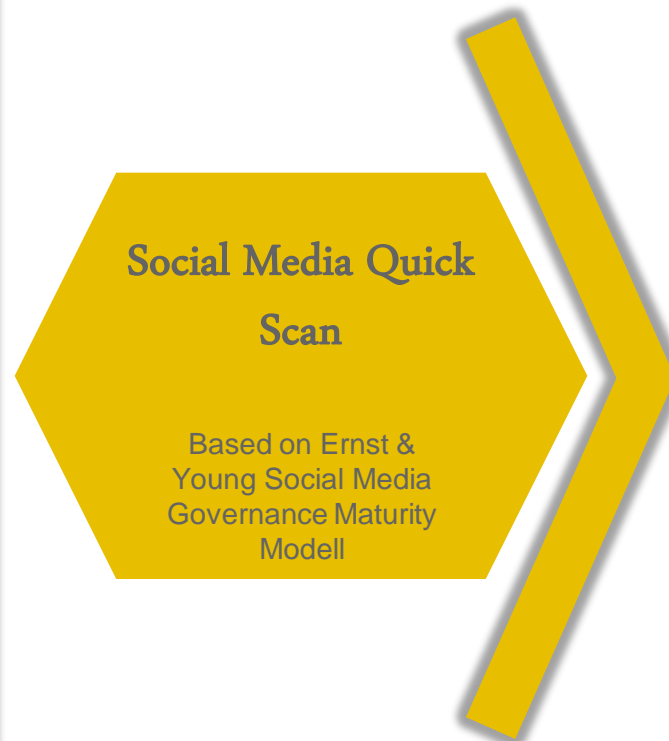
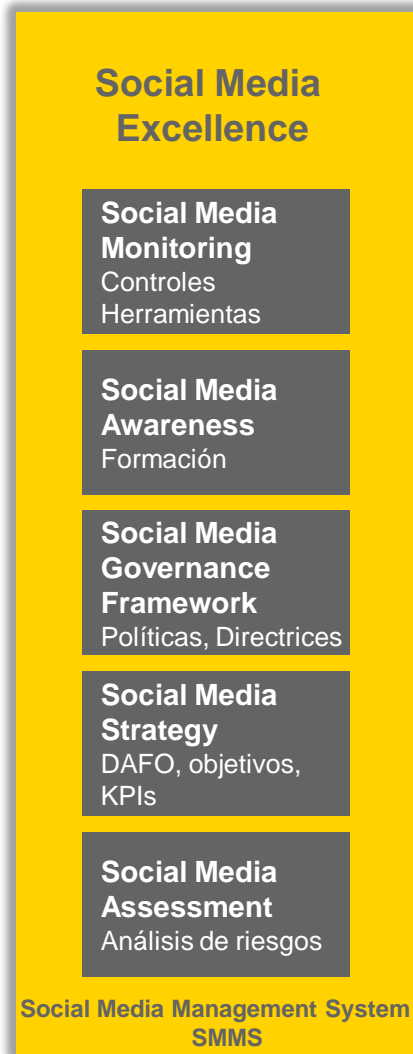
Prohibición del engaños o phishing para obtener información personal

No permitimos la publicidad procedente de sitios que recopilen información confidencial de carácter personal o traten de obtener beneficios mediante formularios simulados, reclamaciones falsas o un uso no autorizado de marcas comerciales.

La información de carácter personal puede consistir en direcciones de correo electrónico, nombres de usuario, contraseñas o información de pago.

Tampoco permitimos la publicidad de contenido o programas que proporcionan información falsa.

La clave del éxito: el Buen Gobierno en las Redes Sociales



Ventajas:

- Identificación de opciones estratégicas
- Mayor competitividad
- Selección más eficiente
- Conocimiento de necesidades de consumidores
- Más reconocimiento de marca
- Mayores beneficios
- Ahorro de costes
- Creación de redes de relación

Control de riesgos:

- Riesgos estratégicos
- Riesgos operativos
- Riesgos reputacionales
- Riesgos legales
- Riesgos de confidencialidad

EY on iPad and iPhone



MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN

EY Insights – Quick reference guide

Step 1

Download the app for free

- From iTunes for iPad and iPhone
- From the Google Android Market for Android devices
- At either store, type in 'EY Insights' as your search term and follow the instructions to download the app.

Step 2

Access thought leadership

- App content is organized by 'Topics' and 'Industries'
- Menus are located in the top left hand corner of the screen
- Click on your chosen menu and a drop-down list appears with all of the options

Step 3

Download content

- Select the material you would like to view by clicking on the thumbnail
- A pop-up appears, giving you the option to 'download' or 'share'. Once you download the PDF or video, it will be stored offline in your 'Library', which is the second icon in the navigation running horizontally across the top of the screen.
- If you choose to 'share' the content, the app sends an email to the recipient with a link to the same content on ey.com
- There is also an option to email the content owner for more information or to give feedback.

Step 4

View

