

## **CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN**

## **CAPÍTULO II MERCANTILIDAD DE LOS CONTRATOS**

- 2.1. Del carácter civil o mercantil de las condiciones del servicio y de la política de privacidad en el primer registro del usuario en Google
- 2.2. Del carácter civil o mercantil del contrato de YouTube con el que el youtuber comienza a monetizar los vídeos de su canal
- 2.3. Del carácter civil o mercantil del contrato de AdSense
- 2.4. Del carácter civil o mercantil del contrato entre el youtuber y la network o MCN

## **CAPÍTULO III DE UNO DE LOS ELEMENTOS ESENCIALES EN LOS CONTRATOS CON GOOGLE, YOUTUBE, ADSENSE Y LA NETWORK: EL CONSENTIMIENTO**

- 3.1. De los elementos esenciales del contrato
- 3.2. De la perfección del contrato en Internet
  - 3.2.1. Introducción
  - 3.2.2. Conceptualización del contrato electrónico
  - 3.2.3. Perfección del contrato electrónico
  - 3.2.4. Contratos mediante dispositivos automáticos
  - 3.2.5. Caso particular de la contratación con un menor
- 3.3. Examen particular del contrato de registro en Google, del contrato de YouTube que incluyen las Normas de Comunidad y Copyright, del contrato de AdSense y de los contratos de la Network aplicado y reclutado
  - 3.3.1. De la existencia de los contratos
  - 3.3.2. Tratamiento especial de los contratos en el caso de que el aceptante sea un menor de edad
  - 3.3.3. De la cláusula expresa por la que el menor debe confirmar que sus padres o tutores legales han leído las condiciones y le autorizan para aceptarlas en los Términos del Programa de Partners de YouTube
  - 3.3.4. De la cláusula expresa por la que el aceptante manifiesta con el envío de la solicitud de registro en AdSense que tiene, por lo menos, 18 años
  - 3.3.5. De la condición del contrato de la network reclutado por la que se requiere del permiso expreso de los tutores legales en caso de ser menor de 19 años
- 3.4. De la falta de consentimiento del youtuber al vincular el canal con la Network antes de recibir el contrato aplicado completo
  - 3.4.1. Error en la sustancia del contrato
  - 3.4.2. Del posible dolo por parte de la Network

## **CAPÍTULO IV DEL CARÁCTER DE CONTRATO DE ADHESIÓN CON GOOGLE, YOUTUBE, ADSENSE Y LA NETWORK. ESTUDIO DE LAS CARACTERÍSTICAS DE SUS CLÁUSULAS: CONTROL DE TRANSPARENCIA Y POSIBLE ABUSO**

4.1. Introducción

4.2. Ámbito de aplicación de la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación

4.3. Único. Principios sobre conflictos de leyes en Canadá

4.4. Del contenido de la Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación: calificación de los contratos como condiciones generales, transparencia de sus cláusulas y de la calificación de sus cláusulas como abusivas

4.4.1. Del control de las cláusulas abusivas en los contratos con consumidores y usuarios. Especial atención al control de transparencia

4.4.2. El control de las condiciones generales sobre el objeto principal del contrato

4.4.3. Del control de la inclusión de cláusulas generales

4.4.4. Del control de transparencia de condiciones incorporadas a contratos con consumidores y usuarios

4.4.5. De los criterios para valorar el carácter abusivo de las cláusulas

4.4.6. De la buena fe y del equilibrio en las cláusulas no negociadas individualmente

4.4.7. De la nulidad parcial de los contratos

4.4.8. Especial mención a la STS de 8 de septiembre de 2014 respecto al control de transparencia

4.5. Nulidad de las cláusulas contractuales en los contratos de adhesión entre profesionales

4.6. Conclusiones

4.6.1. Sobre la claridad, concreción y sencillez del contenido del contrato «Condiciones de servicio de Google» con la correspondiente aceptación de la Política de privacidad entre el usuario y Google. Distinción según el usuario sea un consumidor o un empresario

4.6.2. Sobre la protección legal en el caso de los contratos no negociados individualmente con los youtuber frente a YouTube, AdSense y la network

## **CAPÍTULO V PROBLEMAS DE INTERPRETACIÓN QUE PLANTEA EL SERVICIO DE OPTIMIZACIÓN DE VÍDEOS PRESTADO POR LA NETWORK**

5.1. Resumen de la situación

5.2. Principios y reglas de la interpretación de los contratos

5.3. Aplicación de los principios y reglas en la interpretación de los contratos a la obligación de la Network recogida en la cláusula 3.<sup>a</sup> (C) del contrato aplicado

5.4. De la interpretación de los contratos según el ordenamiento jurídico de British Columbia

- 5.4.1. Las palabras y su contexto
- 5.4.2. Un contrato se debe interpretar como un todo con un significado dado a todas sus disposiciones
- 5.4.3. El factor principal: la matriz factual
- 5.4.4. La interpretación es un ejercicio objetivo
- 5.4.5. El principio de la eficacia comercial
- 5.4.6. Todo esfuerzo es realizado con un fin
- 5.4.7. Interpretación del contrato según la fecha en la que fue redactado
- 5.4.8. La regla de la evidencia «parol»
- 5.4.9. Interpretatio contra proferentem

## **CAPÍTULO VI DE LAS CLÁUSULAS SOBRE LA MODIFICACIÓN UNILATERAL DE LOS CONTRATOS**

- 6.1. Introducción
  - 6.1.1. Concepto de «modificación»
  - 6.1.2. Origen de la modificación
- 6.2. Legislación y jurisprudencia sobre el principio rebus sic stantibus frente al de pacta sunt servanda
- 6.3. De las cláusulas no negociadas individualmente por las que la parte predisponente se reserva la facultad de modificar el contrato
- 6.4. Del caso del contrato entre la Network y el youtuber

## **CAPÍTULO VII DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN YOUTUBE: PROCEDIMIENTOS DE DEFENSA, POSICIÓN DE YOUTUBE Y ESTUDIO DE CASOS REALES**

### **CONCLUSIONES**

- 7.1. Introducción
- 7.2. Consideraciones especiales a la propiedad intelectual en el mundo virtual y YouTube
- 7.3. Límites y deficiencias de la Ley de Propiedad Intelectual para la regulación de YouTube
- 7.4. De los límites a la propiedad intelectual inadaptados a la evolución tecnológica y de YouTube que benefician al usuario pirata: reproducción provisional y copia privada
- 7.5. Alcance de la ley en YouTube
- 7.6. Responsabilidad de YouTube ante la vulneración del derecho fundamental a la propiedad intelectual
  - 7.6.1. De la posición de YouTube: ¿prestador de servicios de intermediación o proveedor de contenidos?
  - 7.6.2. De la responsabilidad de YouTube como prestador de un servicio de intermediación

7.6.3. De la responsabilidad a los intermediarios establecida en Estados Unidos

7.6.4. De la resolución en primera instancia del Tribunal de Comercio de Austria

7.7. De la ilegitimidad de las páginas de descarga de contenido publicado en canales de YouTube

## **PROPUESTAS PARA INVESTIGACIONES FUTURAS**

## **BIBLIOGRAFÍA**