

ÍNDICE

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LOS CONTRATOS DE CONSUMO EN ESPAÑA

Esther Arroyo Amayuelas

- I. Introducción
- II. El marco legislativo
 1. La relación entre el Derecho de consumo y Derecho contractual general
 2. La relación del Derecho contractual de consumo con otras materias
- III. Ámbito de aplicación material de la reforma
 1. Los tipos contractuales
 2. En particular, la compraventa
 3. Los contratos mixtos
 4. Los datos como contraprestación
- IV. Ámbito de aplicación subjetivo
- V. La conformidad material
- VI. Algunos criterios objetivos de conformidad
 1. La durabilidad
 2. Las actualizaciones
- VII. Plazos
 1. Plazos de responsabilidad
 2. La determinación del día de entrega o suministro
 3. La inversión de la carga de la prueba de la falta de conformidad
 4. Suspensión de los plazos de responsabilidad del empresario
 5. Prescripción
- VIII. Remedios
 1. Reparación y sustitución
 2. La rebaja del precio
 3. La resolución
 4. Suspensión del pago del precio e indemnización
- IX. Acción de regreso y acción directa
- X. Valoración general de la reforma
- XI. Bibliografía

LICENCIAS DE USO DE CONTENIDOS DIGITALES SOMETIDOS A PROPIEDAD INTELECTUAL

Joaquín Ataz López

- I. Consideraciones preliminares
- II. Licencias de explotación y licencias de uso
 1. Licencias y contratos de licencia en el ámbito de la propiedad intelectual y de la propiedad industrial
 2. Las licencias de uso
 - 2.1. Concepto y ámbito de aplicación
 - 2.2. Control de incorporación y control de contenido de este tipo de licencias
- III. Incidencia (ex artículos 10 DCSD y 9 DCCB) de los derechos del autor del contenido digital en la relación de consumo
 1. El doble supuesto de hecho de los artículos 10 DCSD, 9 DCCB y 117.2 TRLGDCU
 2. Examen particular de las restricciones en el uso del contenido digital impuestas para proteger los derechos de propiedad intelectual de terceros
- IV. A modo de conclusión ¿Constituyen las directivas 770/2019 y 771/2019 un primer cruce entre el Derecho de consumo y el de propiedad intelectual?
- V. Referencias

PROBLEMAS EN TORNO A LA EXPLOTACIÓN DIGITAL DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL SOBRE LA OBRA MUSICAL

Andrea Salud Casanova Asencio

- I. El impacto de la digitalización en la industria musical y en la legislación de propiedad intelectual. Delimitación de las cuestiones a tratar
- II. Referencia a los sujetos e intereses implicados en la explotación digital de la obra musical
 1. Plataformas de streaming y distribuidores digitales
 2. Apuntes en torno a los usuarios como consumidores de contenidos musicales en línea
- III. La protección de los derechos de autores y artistas en las relaciones contractuales suscritas para la explotación de la obra musical
 1. Reproducción de música en streaming y remuneración equitativa
 - 1.1. Las medidas de la Directiva 2019/790 en torno a la remuneración equitativa de autores y artistas
 - 1.2. Las concretas medidas recogidas por el legislador español en torno a la remuneración adecuada de autores y artistas
 2. El derecho de revocación por falta de explotación de la obra
 - 2.1. Ideas generales sobre la regulación del derecho de revocación

2.2. Las medidas opcionales para los Estados miembros y su implementación en la norma española

2.3. Las disposiciones de carácter obligatorio para los Estados miembros. Interpretación de la Directiva a la luz de la transposición española

2.4. La concreta configuración del plazo razonable en el artículo 48 bis LPI

IV. La compartición ilegítima de la obra protegida por parte de los usuarios de las plataformas digitales

1. La perseguibilidad de los usuarios y el conflicto entre los derechos de propiedad intelectual y la protección de los datos personales

1.1. Planteamiento del problema

1.2. La doctrina del TJUE

1.3. Identificación y perseguibilidad de los usuarios en el Derecho español

1.4. Soluciones al conflicto

2. Problemas específicos en la compartición de obras protegidas en plataformas de streaming

2.1. Las distintas implicaciones de las actividades ilícitas cometidas por los usuarios

2.2. Los supuestos de uso legítimo de obras protegidas. Las “cover versions”

2.3. Las posibilidades para los titulares de los derechos de explotación en el contexto de la reproducción en streaming

3. Detección de contenidos protegidos y responsabilidad de los prestadores de servicios para compartir contenidos en línea

V. Conclusiones

VI. Bibliografía

RESPONSABILIDAD DE LOS PROVEEDORES DE MERCADOS EN LÍNEA POR INCUMPLIMIENTO DEL CONTRATO SUBYACENTE

Carlos M. Díez Soto

I. La revisión de las normas sobre contratación en el entorno digital: economía de plataformas, mercados en línea y nuevas Directivas de consumo

II. La obligación de informar al consumidor sobre el posible reparto de obligaciones y responsabilidades contractuales entre el tercero suministrador y el proveedor del mercado en línea

III. El régimen de responsabilidad aplicable a los prestadores de servicios intermediarios

1. La Directiva sobre Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico

2. El Reglamento de Servicios Digitales

IV. La responsabilidad de los proveedores de mercados en línea por el incumplimiento del contrato subyacente: posibles fundamentos

1. Responsabilidad del proveedor del mercado en línea por las garantías prestadas en relación con el contrato subyacente
2. Responsabilidad del proveedor del mercado en línea por el incumplimiento de sus propias obligaciones
3. En particular, responsabilidad del proveedor del mercado en línea por la confusión generada en el consumidor acerca de la identidad de quien suministra los productos o servicios, o acerca de una determinada información sobre los mismos
4. Responsabilidad del proveedor de un mercado en línea que ejerce una “influencia predominante” sobre el suministrador
5. Responsabilidad del proveedor del mercado en línea ante la dificultad o imposibilidad de hacer valer los derechos del consumidor frente al tercero suministrador

V. Bibliografía

LA RESOLUCIÓN POR EL CONSUMIDOR DEL CONTRATO DE SUMINISTRO DE CONTENIDOS Y SERVICIOS DIGITALES

Martín García-Ripoll Montijano

- I. Introducción
- II. Falta absoluta de suministro
- III. Falta de conformidad
 1. Fracaso de la puesta en conformidad
 - 1.1. Imposibilidad o desproporción
 - 1.2. Falta de puesta en conformidad con arreglo a los requisitos legales
 - 1.3. Intento de puesta en conformidad y fracaso de este
 - 1.4. Falta de conformidad grave
 - 1.5. El suministrador no pondrá el contenido o servicio en conformidad
 2. Incumplimiento no leve
- IV. Resolución por modificación por el empresario de los contenidos y servicios digitales
- V. Ejercicio de la facultad resolutoria
- VI. Efectos generales de la resolución
 1. Introducción
 2. Contratos con obligación del empresario de tracto único o sucesivo
 3. Contratos con obligación del empresario de tracto continuo
 4. Indemnización
- VII. Efectos de la resolución cuando la contraprestación es datos personales
 1. El supuesto contrato de contenidos y servicios digitales a cambio de datos
 - 1.1. Introducción
 - 1.2. Resoluciones judiciales

- 1.3. Toma de postura
 2. El efecto restitutorio
 3. Indemnización
- VIII. El destino de los datos no personales
- IX. Consideraciones finales
- X. Bibliografía

EL CONTRATO DE COMPRAVENTA DE BIENES CON ELEMENTOS DIGITALES

Isabel González Pacanowska

- I. Los desafíos del mercado único digital, las Directivas 2019/770 y 771 y su incorporación al TRLGDCU
- II. El Contrato de compraventa de bienes con elementos digitales
 1. La Definición del Contrato de Compraventa con consumidores en el Derecho de la UE y en el TRLGDCU
 2. Bienes con elementos digitales
 - 2.1. Los bienes con elementos digitales imprescindibles para la realización de sus funciones
 - 2.2. Los soportes materiales que sirven exclusivamente como portadores de contenidos digitales
 3. La definición legal del contrato de compraventa de bienes con elementos digitales en la Directiva 2019/771 y su ausencia en el TRLGDCU
 - 3.1. El criterio funcional. La venta de un bien cuyas funciones dependen de elementos digitales y los contratos que comprenden una pluralidad de prestaciones distintas
 - 3.2. La dimensión contractual: la inclusión de los elementos digitales en el contrato de compraventa del bien mueble tangible
 - 3.3. La autonomía de la voluntad para excluir los elementos digitales del contrato de compraventa y la presunción en caso de duda
- III. La obligación de entrega y la responsabilidad del vendedor por las actualizaciones de los elementos digitales
 1. La obligación de entrega
 2. La responsabilidad del vendedor por las actualizaciones de los elementos digitales
 - 2.1. Las actualizaciones acordadas y las actualizaciones necesarias como requisito objetivo de conformidad
 - 2.2. El plazo legal de garantía y la duración de la responsabilidad del vendedor por las actualizaciones
 - A) Contratos de compraventa de bienes que establezcan un único acto de suministro del contenido o servicio digital
 - B) Contratos de compraventa de bienes en los que se prevea el suministro continuo durante un período

- IV. Las Acciones del consumidor frente a otros sujetos
- V. Bibliografía

LA IDENTIFICABILIDAD EN LOS CONTRATOS DIGITALES

Gabriel Macanás

- I. Anonimato e inidentificabilidad en el derecho digital
- II. Supuestos de inidentificabilidad en entornos digitales
 - 1. Blockchain y anonimato
 - 2. Smartcontracts y anonimato a través de blockchain
 - 3. El anonimato en otros supuestos de contratación digital
- III. Estatuto jurídico de la inidentificabilidad contractual
 - 1. Partes, identidad e identificabilidad
 - 2. Consecuencias derivadas de la inidentificabilidad
 - 3. Remedios insuficientes para la inidentificabilidad de la parte
 - 3.1. Medidas de identificación análogas a propuestas para el usuario inidentificado con firma digital
 - 3.2. Responsabilidad de la plataforma utilizada para la contratación
 - 3.3. Asunción de los riesgos de la inidentificabilidad
- IV. Ineficacia del contrato por inidentificabilidad de las partes
- V. Jurisprudencia y bibliografía citadas
- VI. Referencias bibliográficas

ALGUNAS REFLEXIONES SOBRE LAS PROPUESTAS DE MODIFICACIÓN DE LA DIRECTIVA SOBRE RESPONSABILIDAD POR LOS DAÑOS CAUSADOS POR PRODUCTOS DEFECTUOSOS

Andrés Marín Salmerón

- I. Estado de la cuestión
- II. La propuestas de directivas del European Law Institute (ELI) y de la Comisión Europea
 - 1. Objetivos de las propuestas
 - 2. El nuevo concepto de producto
 - 3. ¿Nueva concepción del carácter defectuoso de los productos?
 - 3.1. Las expectativas de seguridad
 - 3.2. La presentación del producto y ¿otras características?
 - 3.3. El uso razonablemente esperable o previsible
 - 3.4. Las nuevas concepciones de la “puesta en circulación” de un producto

- 3.5. Seguridad general de los productos
 - A) Estándar de seguridad como límite máximo de responsabilidad
 - B) La correcta consideración de la normativa de seguridad
 - 3.6. Entrada al mercado de un producto perfeccionado con posterioridad
 - 3.7. Otras circunstancias adicionales
 - 4. Sujetos responsables: los operadores económicos
 - 4.1. Fabricante original, fabricante aparente, fabricante de un componente (fabricante parcial) y fabricante de actualizaciones o de un producto reacondicionado
 - 4.2. Importador de la Unión Europea y representante autorizado
 - 4.3. Los proveedores de servicios logísticos
 - 4.4. El suministrador
 - 4.5. Plataformas en línea
 - 4.6. Intervención de un tercero
 - 5. Causas de exoneración
 - 5.1. El producto no estaba terminado, no había sido introducido en el mercado, puesto en comercialización o puesto en servicio
 - 5.2. Ausencia de finalidad económica en la venta o distribución del producto
 - 5.3. Elaboración del producto de acuerdo con las normas imperativas
 - 5.4. La concreta causa de exoneración del fabricante parcial
 - 5.5. Riesgos del desarrollo
- III. Bibliografía

EL DERECHO DE DESISTIMIENTO EN LOS CONTRATOS DE SERVICIOS DIGITALES

Miguel Navarro Castro

- I. Delimitación de los contratos de servicios digitales respecto de los que el consumidor puede desistir
 - 1. La ambigüedad de la categoría de contratos de suministro de contenidos digitales
 - 2. Los contratos de servicios digitales a cambio del consentimiento al tratamiento de datos personales y el derecho del consumidor a retirar su consentimiento en cualquier momento
- II. El deber del empresario de informar sobre el derecho de desistimiento
- III. Ejercicio del derecho de desistimiento
 - 1. El consentimiento del consumidor a que se inicie la ejecución del servicio como causa de pérdida del derecho de desistimiento
 - 2. Plazo para el ejercicio del derecho de desistimiento: la trascendencia del soporte utilizado para el suministro de servicios digitales
 - 2.1. El dies a quo para el cómputo del plazo de desistimiento

2.2. Derecho a desistir libremente durante el plazo de desistimiento

3. El inicio de la ejecución del contrato como causante de la pérdida del derecho de desistimiento

IV. Consecuencias del derecho de desistimiento

1. La extinción del contrato y la restitución mutua de las prestaciones
2. Los costes del derecho de desistimiento
3. Retirada del consentimiento al tratamiento de datos personales
4. Deber de abstenerse de utilizar los contenidos digitales tras el desistimiento
5. El posible deber del consumidor de indemnizar por la parte del servicio ya ejecutado

V. Bibliografía

CONFORMIDAD DE LOS CONTENIDOS Y SERVICIOS DIGITALES

M.^a Carmen Plana Arnaldos

I. Planteamiento

II. El “principio de conformidad” contractual. Su aplicación a los contenidos y servicios digitales

1. Origen y evolución del concepto de conformidad y su función
2. La conformidad en las “Directivas digitales” de compraventa y contenidos y servicios digitales

III. Requisitos subjetivos y objetivos de conformidad en la directiva de suministro de contenidos y servicios digitales

1. Precedentes a efectos de interpretación
2. Diferentes interpretaciones sobre la aplicación de los criterios subjetivos y objetivos de conformidad de los contenidos y servicios digitales
 - 2.1. Cambio de perspectiva respecto a la regulación anterior
 - 2.2. Doctrina sobre la preeminencia de los criterios objetivos
 - 2.3. “Conformidad con el contrato” y prevalencia de los criterios subjetivos
 - 2.4. Expectativas razonables del consumidor y modelo de mercado
 - 2.5. Pacto de exclusión de los criterios objetivos de conformidad
 - A) Conocimiento efectivo por el consumidor
 - B) Consentimiento expreso y por separado

IV. Bibliografía