

Protección de Datos

Nuevas obligaciones para la utilización de cámaras de seguridad

El pasado mes de diciembre se publicó en el B.O.E. la Instrucción 1/2006, de 8 de noviembre de la AEPD sobre el

tratamiento de datos personales con fines de vigilancia a través de sistemas de cámaras o videocámaras. La finalidad de la misma es regular el tratamiento de los datos (imágenes) captados a través de dispositivos de vigilancia.

La Instrucción impone la obligación de cumplir con el principio de proporcionalidad estableciendo que el uso de cámaras no debe suponer el medio inicial para llevar a cabo la función de vigilancia de modo que solo se considerará ad-

misible la instalación de cámaras o videocámaras cuando la finalidad de vigilancia no pueda obtenerse mediante otros medios que resulten menos intrusivos y siempre que el uso de estos medios alternativos no supongan un esfuerzo desproporcionado.

Además se exige la colocación de distintivos específicos, poner a disposición de los afectados cláusulas informativas y declarar en la Agencia Española de Protección de Datos un fichero específico de vigilancia.



Instrucción 1/2006

- Afecta a todo tipo de sistemas: grabación o simplemente captación.
- Cumplimiento de principios generales Proporcionalidad.
- Colocar distintivos específicos informativos.
- Cláusulas informativas a disposición de usuarios.
- Declaración de Fichero en la AEPD

Publicidad

Directiva de Publicidad engañosa y publicidad comparativa

El 27 de diciembre del pasado año se aprobó la Directiva 2006/114/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de diciembre de 2006 sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa.

Entiende la Directiva por publicidad engañosa "toda forma de comunicación realizada con el fin de promover el suministro de bienes o la prestación de servicios que induzca a error a las personas a las que se dirige o afecta y que, debido a su carácter engañoso, pueda condicionar su comportamiento". La Directiva establece una serie de elementos que deben considerarse para determinar si una publicidad es engañosa o no, relacionados con las características de los bienes o servicios, el precio, su modo de fijación, su identificación, etc.

Asimismo se considera publicidad comparativa la que alude directa o indirectamente a un competidor, declarándola como una forma legítima de informar al consumidor siempre que se respeten unas condiciones acumulativas, entre otras, que se comparen bienes o servicio que satisfagan la misma necesidad, que no se desacredite ni se denigre al competidor o que no genere confusión entre los comerciantes.

Nuevas Tecnologías

Derechos usuarios SMS

A finales del 2006 fue aprobada por unanimidad en el Senado una moción para garantizar los derechos de los usuarios de mensajes sms.

Se pretende, entre otras cuestiones, que el gobierno imponga medidas que eviten el fraude en los concursos y promociones que utilizan medios como el sms, así como que se facilite la tramitación de bajas de todos los servicios de descargas, de melodías, videos o juegos, equiparándola, en cuanto a su sencillez, a la solicitud de alta.



Patente farmacéutica

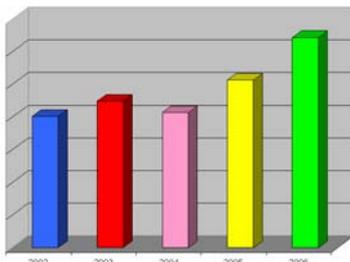
Aplicación directa del ADPIC

Una stc de la AP de Madrid declara la aplicación directa del ADPIC en España, lo que confiere validez a Patentes de productos farmacéuticos solicitadas con anterioridad y en tramitación a la entrada en vigor de dicho tratado en nuestro país. Esta relevante decisión tendrá un gran impacto en la comercialización de numerosos principios activos en España.

Interno Abril ◆ Interno Abril ◆ Interno Abril ◆ Interno Abril ◆ Interno Abril

Abril Abogados crece un 25% en 2006

Por segundo año consecutivo compartimos con todos Uds. la satisfacción de haber crecido por encima del 25%, superando ampliamente nuestras mejores expectativas. Más de 430 nuevos clientes se incorporaron a Abril en 2006.



Recuperación del Dominio

Recientemente, ABRIL ABOGADOS ha recuperado el nombre de dominio español DISCOVERYCHANNEL.ES, usurpado tras la última liberalización del sistema de asignación de nombres de dominio españoles de noviembre de 2005.

Tras la interposición de la demanda, el dominio fue transferido a su legítimo titular.



Estadísticas de productos falsificados incautados en las aduanas

La Comisión Europea ha publicado las últimas estadísticas en materia de aduanas que reflejan el aumento de falsificaciones y piratería en Europa. En 2005 las autoridades aduaneras europeas incautaron más de 75 millones de productos falsificados y pirateados y el número de intervenciones aduaneras se ha incrementado a más de 26.000.

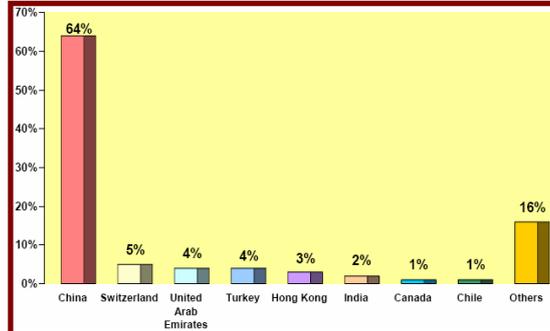
Por otro lado existe un gran número de falsificaciones peligrosas de alimentos (más de 5 millones de productos alimenticios y bebidas alcohólicas fueron intervenidos en 2005), medicinas

(con más de 500.000 unidades inter-venidas) y otros productos que pueden ser perjudiciales para la salud de los consumidores, y que siguen falsificándose en grandes cantidades.

Por ello, la Comisión Europea está

implementando un plan de acción aduanera anti-piratería que se resume en cinco vías de acción:

1. Coordinación de los operativos aduaneros en Europa.
2. Creación de un destacamento de Expertos Aduaneros.
3. Cambios legislativos que modernicen la normativa.
4. Creación de un marco para el intercambio de información entre empresarios y aduanas .
5. Cooperación para la prevención de las falsificaciones con otros países, especialmente con EEUU y China.



◆ Breves ◆ Breves ◆ Breves ◆ Breves ◆ Breves ◆ Breves ◆

Nuevo Director AEPD

Artemi Rallo, catedrático de Derecho Constitucional por la Universidad de Valencia y ex diputado socialista en las Cortes, será el presidente de la Agencia Española de Protección de Datos. El Consejo de Ministros, recientemente, ha aprobado la propuesta de nombramiento.



Según el propio Sr. Rallo "el mayor problema al que se enfrenta el mundo del derecho y especialmente el de la protección de datos es la revolución tecnológica a la que asistimos a un ritmo vertiginoso y brutal"

Tribunales Marca Comunitaria

El Tribunal de Marcas de la Audiencia Provincial de Alicante ha registrado escasa actividad en asuntos de marca comunitaria en sus dos primeros años de funcionamiento, a pesar de que tiene la competencia para toda España en este tipo de procedimientos.

Únicamente los grandes despachos de abogados especializados en marcas de Madrid y Barcelona están acudiendo a estos Tribunales. Los tres Jueces que lo forman, especialistas en marcas, creen que uno de los motivos es el recelo de despachos de litigar fuera de sus provincias.

Auge en la venta de Dominios

Uno de los negocios más lucrativos y prósperos en la actualidad es el registro de dominios especialmente atractivos que, sin infringir derechos de marca de terceros, tengan el suficiente interés comercial como V O D K A . C O M o D I A - M O N D . C O M, por el que se pagaron casi seis millones de euros.

DIAMOND.COM	5,806,000
VODKA.COM	2,322,000
CAMERAS.COM	1,161,000
NAV.NO	555,000
ON.COM	491,000
ANTISPYWARE.COM	425,000
MACAU.COM	425,000
GAYS.COM	387,000
WRESTLING.COM	387,000
BIKE.COM	387,000

Propiedad Intelectual

La descarga de música no es delito

Recientemente, una Jueza de Santander ha absuelto a un particular acusado de un delito contra la propiedad intelectual por bajarse música de Internet a través de distintos sistemas de descarga de archivos.

La Jueza ha considerado que no existe el necesario ánimo de lucro (que ha sido el elemento que sí se ha apreciado en otras tantas sentencias) para considerar esta actividad como delito y que el fin no es en ningún caso el enriquecimiento ilícito sino el obtener copias para uso privado, estando esta actuación plenamente amparada por la legislación vigente.

Los periodistas cobrarán 0,04€ por artículo

La reforma de Ley de Propiedad Intelectual señala que las empresas dedicadas a elaborar de revistas de prensa a partir de ahora podrán continuar con esta práctica siempre que no conste la oposición del autor y a cambio de un precio por la reproducción de la obra.

De conformidad con esta previsión, las llamadas empresas de press-clipping han acordado con la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) el pago de 0,04 euros por artículo en pago por derechos de autor, afectando este acuerdo, cuya duración inicial será de un año, a todos los medios amparados por la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE).

Las empresas de press-clipping liquidarán las cantidades correspondientes cada tres meses, creándose con ello un fondo destinado a los periodistas.

Oficina Central de Madrid C/ Amador de los Ríos, 1, 1º MADRID 28010 Tfno 91 702 03 31 Fax 91 308 37 05 abril@abrilabogados.com

Oficina Alicante
Médico Pascual Pérez, 44 -2º D 1
03001 Alicante
Tfno. 96 514 72 02
Fax: 96 520 08 82
alicante@abrilabogados.com

Oficina Barcelona
C/Viladomat 319, 1º - 4ª
08029 Barcelona
Tfno. 93 363 42 41
Fax: 93 430 29 98
barcelona@abrilabogados.com

Oficina Murcia
C/Princesa 12, 1ª Of. 3
30002 Murcia
Tfno: 968 35 00 18
Fax: 968 35 02 24
murcia@abrilabogados.com

Oficina Valencia
Avda. Cortes Valencianas, 37-31B
46015 Valencia
Tfno: 96 346 53 73
Fax: 96 346 53 74
valencia@abrilabogados.com

Oficina Vigo
C/ Urzaiz, 8-2
36201 Vigo Pontevedra
Tfno 98 643 41 72
Fax 98 612 85 02
vigo@abrilabogados.com

Oficina Zaragoza
C/ Conde de Aranda, 6-8, 2º Iz
Zaragoza 50003
Tfno. 976 43 34 73
Fax: 976 28 55 16
zaragoza@abrilabogados.com