

## Recensión

David López Jiménez  
dlopezjimenez@gmail.com; dlopez3@us.es  
Universidad de Huelva, España

Obra reseñada:  
ABELEDÓ DÍAZ, Miguel Ángel, 2012  
*Aspectos legales de los negocios online*  
Wolters Kluwers, Madrid, 236 pp.

Recibido: 16-08-2012  
Aceptado para su publicación: 27-08-2012

Un hecho relativamente visible, a fecha de hoy, es que el Derecho suele ir por detrás de la realidad social. Tal afirmación es, si cabe, más patente en el plano de la tecnología. Ahora bien, ambos están naturalmente obligados, de una u otra forma, a entenderse.

Dicho esto, es meridianamente claro que la sociedad, desde el nacimiento y efectiva consolidación de la Red, está evolucionando de manera notable, por lo que el Derecho está teniendo que acomodarse a los nuevos modelos de negocio, maneras de comunicarnos, pero también de compartir el conocimiento.

Los negocios digitales constituyen una auténtica revolución, respecto al pasado, que implican nuevas reglas de juego, normas que, dicho sea de paso, generan cierta inseguridad jurídica para los actores que en este escenario interactúan. Se trata, por un lado, de los empresarios y, por otro, de los consumidores y/o usuarios que, como es sabido, son generalmente la parte débil de la relación jurídica.

La monografía que comentamos hace alusión, de forma detallada, a los diferentes aspectos que se deben conocer no sólo para efectuar negocios en Internet, sino también para su uso plenamente responsable. Asimismo, con buen criterio, devela, de manera sistemática y sencilla, el marco legal que acompaña a los negocios digitales y al comportamiento de los diferentes actores en las redes sociales y la Web 2.0.

De forma amena, desprovisto de complejas referencias a numerosos preceptos de la normativa jurídica, se ofrece una perspectiva, donde se describe toda la complejidad de la Red con gran sencillez, variedad de ejemplos prácticos e incluso recurriendo a ciertos documentos que, a modo de plantilla personalizable, pueden resolver una parte muy significativa de los interrogantes que la legalidad en Internet despierta en cualquier internauta y/o profesional.

En todo caso, se refiere a cuestiones, directa o indirectamente, relacionadas con el comercio electrónico. En este sentido, alude a la salvaguarda de la privacidad –haciendo sugerentes manifes-

taciones a considerar en cuanto al diseño del sitio Web en la Red- y la fiscalidad de los negocios digitales -reseñando la mejor ubicación del negocio, a tales efectos, pero, igualmente, enumera los diferentes impuestos que son aplicables-, ofreciendo al lector, en palabras del propio autor, "una visión práctica del marco legal que acompaña a toda estrategia de negocio en la red".

También analiza, con buen criterio, las comunicaciones comerciales remitidas por vía electrónica que, cuando no han sido solicitadas, se denominan spam. Una cuestión relacionada que se examina son las denominadas acciones "member get member" o "envíaselo a un amigo" a las que muchos sitios Web recurren, pero que, en la práctica, pueden suscitar ciertos problemas de carácter legal.

Por lo que respecta al régimen de venta de productos a consumidores, se detiene en el examen del plazo de entrega del producto, la información que, con carácter preceptivo, deberá facilitarse al consumidor, el derecho de desistimiento y, finalmente, la garantía que deberá reconocerse al consumidor y/o usuario.

Incluye un amplio apartado dedicado al estudio de la protección de la imagen personal en la Red, enunciando las posibles vías de tutela que, sobre el particular, caben.

Por lo que se refiere a la propiedad intelectual, presta atención a diversas cuestiones de notable interés en la Red, por ejemplo: copyleft y licencias abiertas de explotación, General Public License, Coloriuris, el popular creative commons, así como a las acciones judiciales de restitución de la propiedad intelectual. En cuanto a la propiedad industrial, contempla, de manera individualizada, la gestión de la marca y del nombre de dominio. Por lo que a la marca respecta, considera la protección de la marca nacional en territorio español, comunitario e internacional. Igualmente, con buen criterio, dedica parte de su análisis a los, cada vez más frecuentes, atentados que, en la práctica, se suscitan en relación a las marcas en la Red y las vías de reclamación que caben.

Uno de los negocios que más están aumentando en la actualidad, a pesar de la crisis económica que padecemos, es la publicidad en la Red. Como bien afirma el autor, la publicidad es vinculante, manifestación que, naturalmente, es extensible a la Red. Se detiene en dos aspectos de interés. En primer lugar, la publicidad encubierta con especial consideración de lo que denomina blogueros "evangelizadores" y prescriptores sociales. Y, en segundo término, aborda la problemática de la publicidad segmentada, considerando, en este sentido, las técnicas de CRM.

Finaliza su brillante exposición con una enumeración de los diferentes delitos que tienen lugar en la Red. Así, entre otros, trata los delitos de usurpación del estado civil, estafa electrónica, revelación de secretos y publicidad engañosa.

El mismo incurre en doble acierto. Por un lado, representa un punto de partida para el profesional jurídico en la comprensión didáctica de los principios que rigen la actividad en Internet y, por otro, es un de marco de referencia indiscutible para los internautas que necesitan conocer los límites legales como disciplina obligada en la cultura general de conocimiento de Internet.

**David López Jiménez es licenciado en Derecho con nota media de sobresaliente. Doctor (con mención europea) en Ciencias Económicas y Empresariales con sobresaliente *cum laude* por unanimidad del tribunal evaluador. También es Doctor en Derecho con idéntica calificación. Ha realizado diferentes postgrados universitarios en varias Universidades españolas.**