

EL DERECHO AVANZA DE UNA MANERA DEMASIADO LENTA SI SE COMPARA CON EL DESARROLLO QUE ESTÁ TENIENDO LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC)

El Derecho y la sociedad del conocimiento: implicaciones en las relaciones comerciales online

LA RED SE HA CONSTITUIDO COMO UNA REVOLUCIÓN QUE AFECTA A LAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES REALIZADAS A TRAVÉS DE MEDIOS TECNOLÓGICOS



Manuel Fandos Igado, PhD
Universidad Internacional de la Rioja (UNIR)
manuel.fandos@unir.net



María Fandos Martínez
Universidad Internacional de la Rioja (UNIR)
marifandosmartinez92@gmail.com

En este trabajo señalamos cómo el Derecho avanza de una manera demasiado lenta si se compara con el desarrollo que está teniendo las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el mundo actual y que afecta, entre otras muchas cosas, a las relaciones comerciales, pudiendo originarse –como consecuencia de este desarrollo jurídico tardío– numerosos problemas e incluso conflictos entre las personas que interactúan comercialmente en la Red. A la conclusión a la que llegamos es que, si bien es cierto que no existe una inseguridad jurídica entendida como tal en el ciberespacio, todavía nos queda un gran camino por recorrer, pues están apareciendo nuevos tipos jurídicos –y por lo tanto, nuevas consecuencias– que señalamos y que nuestra regulación en la actualidad no contempla de forma completa.

I. Introducción

Vivimos en un momento asombroso, la llamada «revolución de la inteligencia» (Cordeiro, 2014), una etapa donde se están solidificando los principios y las bases que tendrán una gran repercusión dentro de unos años en el mundo digital e Internet. Estamos inmersos en lo que muchos

autores han dado en llamar la «Sociedad de la Información» (SI) y/o «Sociedad del Conocimiento» (Bericat, 1996; Robles, Jiménez y Zambrano, 2012; Rendón, 2001).

Desde esta perspectiva y considerando la velocidad de los cambios que se están imponiendo en nuestra sociedad a todos los niveles, como causa del desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (en adelante, TIC) se impone una reflexión desde el Derecho para analizar (y anticipar en lo posible) las repercusiones que estos cambios pueden traer, entre otros, en el ámbito de la soberanía de los países, las normas, derechos e intereses de las relaciones comerciales entre empresas y ciudadanos en un mundo cada vez más global.

Bill Gates, el director y presidente de la internacional Microsoft Corporation y uno de los visionarios del siglo XX, aseguró en 1995 con la publicación de su libro *En el camino* que «el futuro sería puramente digital», pensando en la existencia de los PC (ordenadores personales) en los hogares de una manera omnipresente. A finales de 1999 esa predicción se hizo realidad con creces, especialmente en virtud del Comercio Electrónico (e-commerce) a través de Internet. Fue ese año, y en su segundo libro sobre *Los negocios en la era digital*, cuando anunció que en la próxima década la manera de hacer

negocios iba a cambiar radicalmente y con ello, las empresas. El desarrollo de las nuevas redes como «Internet II» y la evolución que están teniendo las empresas no hacen sino darle la razón.

El fenómeno de Internet ha propiciado desarrollos comunicativos y transaccionales desconocidos hasta hace unos años, hasta el punto que algunos autores han bautizado este nuevo espacio (escenario) como «ciberespacio» (Lima Torrado, 2002).

Este ciberespacio se ha convertido en un canal universal de relaciones que, por sus propias características y fines, se alimenta de la información. Buena parte de las relaciones comerciales que tienen lugar en «la Red» son, en realidad, relaciones de trasvase de información; y las creaciones literarias, científicas o artísticas son, en la actualidad, bienes informacionales (Zuckerfeld, 2008) pues constituyen piezas necesarias para el desarrollo de bienes futuros (creaciones artísticas, investigaciones etc.) y para la comercialización y transmisión de las mismas cada vez se emplea más el instrumento de Internet.

En el ciberespacio también se libran nuevas batallas, que hace poco una gran mayoría desconocía; este nuevo ámbito de interacción está generando una reconceptualización de las nociones de espacio y tiempo, no existen fronteras como las hemos conocido hasta ahora y no hay una autoridad central de referencia. A la luz de lo expuesto, podemos afirmar que la ciberseguridad tiene un papel protagonista. Es un espacio en el que se está redefiniendo el concepto de cultura, el alcance de la libertad, las estructuras organizativas, la velocidad en la transferencia de bienes, ideas y mercancías... Y es que allí donde se sitúan las cosas que tienen atractivo, van los negocios legítimos, pero también van los delincuentes. Sin lugar a dudas, la información y los datos (Garriga, 2016; Mayer y Cukier, 2013) son el activo que, junto con la propiedad intelectual, más valor tienen en la economía actual (López García, 2013; Domaica, 2012).

Queda perfilado, de este modo, un ámbito para el debate y la reflexión cuando, por un lado, tenemos estos nuevos modelos de transacciones comerciales, nuevos tipos de mercancías y el derecho a la propiedad intelectual recogido en nuestra Constitución Española que, por otra parte, es reconocido además como derecho fundamental por dos sentencias del Tribunal Constitucional (Tribunal Constitucional. Sentencia núm. 35/1987, de 18 de marzo, y Sentencia núm. 153/1985, de 7 de noviembre) y, por otro lado, la propia característica «irreal» e intangible del propio ciberespacio que, por su propia esencia, presenta dificultades al legislador en lo tocante a su

localización, posibilidades ubicuas, rapidez en la distribución, etc. Elementos relativos a las relaciones comerciales establecidas en este territorio y a la ciberseguridad (también jurídica) que merecen ser estudiados en profundidad.

Así tenemos un ámbito en el que puede haber ciertas «colisiones» por tener intereses enfrentados: de un lado, las necesidades derivadas del control, seguimiento, trazabilidad...; de otro, las garantías necesarias para las transacciones comerciales y la seguridad tanto de las partes como de los propios bienes y servicios y el necesario control, la propia seguridad nacional y su relación con otros derechos, por ejemplo, de información y de propiedad intelectual (Rogel, 2015), que cada día más, también tienen presencia en el llamado ciberespacio.

Parece obvio que, desde el punto de vista del Derecho es preciso afrontar estos nuevos cambios. No debemos olvidar que nuestras leyes tienen como objetivo fundamental regularizar las relaciones sociales que surgen de los contactos y convivencia, en un tiempo (momento en el que se produce el evento desencadenante), un espacio (competencia / jurisdicción) y una materia (tangibles); aspectos que no siempre están claramente evidenciados o determinados en el llamado ciberespacio.

Además, la irrupción del conocimiento como potencial mercancía supone una revisión de una idea tradicional vigente en el Derecho por la que los procesos mercantiles que fundamentalmente están relacionados con intercambios patrimoniales y los bienes han sido considerados tradicionalmente cosas materiales, mientras que en una sociedad basada en el conocimiento y la información los intereses son inmateriales y no patrimoniales; estamos, en alguna medida, en el ámbito de la «inmaterialidad».

Es en este marco en el que encuadramos nuestro trabajo: de un lado, intercambios de «know how» (información y conocimiento inmateriales que pueden generar riqueza y pueden ser objeto de compraventa); de otro, la posibilidad de que estos procesos se puedan dar en espacios no físicos (Wang, 2013) con una adscripción territorial difusa y, además, con unas referencias temporales (velocidad en la ejecución, transmisión, desplazamiento, etc.) desconocidos hasta hace poco.

Un espacio en el que se está redefiniendo el concepto de cultura, el alcance de la libertad, las estructuras organizativas



II. Derecho e Internet

Una sociedad del conocimiento como la señalada en su relación con el Derecho tradicional afecta, al menos, a tres ámbitos: los sujetos, las relaciones y los bienes, como ya venimos señalando (Cippitani, 2012). Los «bienes» en este sentido son entendidos y entendibles a la vez en relación con las obligaciones y en relación con los derechos. La información, por ejemplo, es un bien y al tiempo un derecho.

Sucede, por lo tanto, que en la práctica no es tan fácil aplicar el Derecho tradicional en el ámbito de las redes digitales o del ciberespacio, pues estas transmiten información de distinta naturaleza a una celeridad vertiginosa permitiendo interconectar a todo el mundo.

Partimos de una idea esencial: la «no regulación» de Internet. Esto implica que un Estado concreto no podría censurar una realidad virtual (Muñoz Machado, 2000) que —en teoría y normativamente— solo podría regularse mediante un tratado internacional.

Internet no obedece a fronteras, límites geográficos (García, Beltrán y Núñez, 2010) o jurisdicciones estatales. La Red traspasa las fronteras geográficas convirtiéndose sus canales en «territoriales». Leyes como las de derechos del consumidor, delitos contra la moral, derechos de propiedad intelectual e industrial, etcétera, solo pueden pretender tener vigencia dentro del ámbito territorial de nuestros países, careciendo los tribunales de jurisdicción para aplicarlas en el extranjero. En consecuencia, siempre existirá cierta incertidumbre con respecto a la ley que se debe aplicar a aquellos actos que carecen de una localización física concreta.

El desarrollo de la red de Internet es tal que hay autores (Cotino Hueso, 2010) que plantean si este fenómeno está poniendo encima de la mesa la revisión de algunos conceptos y propone alguno hasta ahora inusuales como: e-democracia (refiriéndose a un sistema democrático en la red internacional); c-Parlamento; e-legislación; e-consulta; e-mediación... (elementos que los anglosajones incluyen en una expresión más genérica: e-government) (Zhiyuan, 2002), términos que en el ámbito de una cibercultura pueden alcanzar una relevancia sustantiva.

II.1. La autorregulación

En nuestra opinión, la solución a esta incertidumbre

con respecto a la ley aplicable a este tipo de casos descansa en las normas supranacionales o en los tratados internacionales (Pérez, 2008; Robles, 2016; Jijena, Palazzi y Tellez, 2013) y en los resguardos tecnológicos adoptados por cuerpos técnicos especializados como la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) o la ICANN con el proceso de nombres de dominio.

Producto concreto de la autorregulación son los denominados «códigos de conducta» o códigos deontológicos. Las obligaciones derivadas de estos códigos recaen únicamente sobre las empresas que actúan en Internet y que se suscriban de una manera voluntaria a los mismos: cuando se trate de datos personales será indiferente que nos encontremos ante relaciones de empresa con otra empresa o relaciones de una empresa con un consumidor.

Algo cercano a la autorregulación es la presencia de verdaderas «entidades de coordinación». En efecto, Internet no es controlado de una manera directa por ninguna organización o empresa específica, pero en el seno de las entidades internacionales se han ido originando políticas para posibilitar un desarrollo sostenible así como para permitir la interoperabilidad entre redes nacionales y regionales implementando nuevos estándares que eviten un crecimiento exponencial, por ejemplo, del número de usuarios o de la circulación de datos en la Red. Nos encontramos ante una coordinación imprescindible, que ha sido asumida por entidades como Internet Society, que es la organización internacional para la coordinación y cooperación global de Internet, sus aplicaciones y sus tecnologías de interconexión.

Como contrapartida, de la autorregulación también se derivan problemas, pues conlleva dejar en manos de actores privados, que por lo general serán poderosas empresas, decisiones que pueden perjudicar a consumidores y usuarios. En concreto, se debe tener en consideración que la tecnología y la infraestructura que subyace en la Red va a determinar numerosas normas tecnológicas que pueden influir en el acceso a los contenidos de la Red y, por ende, en la conducta de las personas.

Vamos a ejemplificar esto con un caso concreto. A finales de 2001 Microsoft lanzó el sistema operativo Windows XP y a su vez renovó su web site (MSN 7). Con esta renovación se incluyeron nuevas características que impedían que los usuarios pudieran acceder al contenido de la web site por otro navegador que no fuera Explorer. Esta táctica evidencia cómo el código sirve para regular la Red: modificando la tecnología que se emplea para acceder a ella se pueden suprimir contenidos o

Podremos aumentar nuestras capacidades personales convirtiendo al ordenador en un instrumento más de nuestro cerebro



imposibilitar el acceso a determinados sitios.

Ahora bien, esto solo es factible cuando la empresa tiene una participación mayoritaria en un mercado y altere un modelo para que sea incompatible con el resto de la Red. Al final Microsoft tuvo que reconocer que se había equivocado, pero la sensación que quedó fue la de que había intentado «apropiarse de la Red».

En conclusión, si la autorregulación implicara dejar en manos de empresas la regulación, esta no será favorable a los usuarios y netizens (Acrónimo de las palabras en inglés «Internet» + «citizen» (ciudadano) sino a las primeras, por lo que parece necesario potenciar una «autorregulación» controlada.

Tal vez, una opción pueda ser el de la «normalización»: como consecuencia del desarrollo industrial de nuestro mundo, generado por la revolución industrial, nos encontramos con espacios no atendidos suficientemente por el Derecho. Ya vivimos momentos críticos que pudimos resolver, por ejemplo, constituyendo en 1926 la «Federación Internacional de Asociaciones Nacionales de Normalización» nacida para abordar los problemas derivados del uso y distribución de la energía eléctrica; esta asociación cambió de nombre en 1947 pasándose a llamar «Organización Internacional de Normalización (en adelante, ISO)», como todo el mundo sabe, muy vinculada con las «normas de calidad».

Su objetivo es el de elaborar una serie de normas para el uso, manejo y distribución de los bienes y servicios que usan estos nuevos elementos tecnológicos y que hayan sido consensuados por las partes implicadas en estas relaciones: las administraciones públicas, los profesionales, los usuarios, los fabricantes...

Estas normas y certificaciones nacidas de acuerdos por consenso de las partes implicadas, posteriormente han sido recogidas por la regulación jurídica nacional e internacional. En España, muchas normas aplicadas por AENOR (Asociación Española de Certificación y Normalización) han sido la base de leyes, decretos u otras normas.

II.1. Los negocios electrónicos y su marco jurídico

Decíamos al comienzo de este apartado que la sociedad del conocimiento afecta y se ve afectada en su relación con el Derecho en distintos campos (señalábamos estos tres: los sujetos, las relaciones y los bienes) y todo porque, entre otras cosas, las relaciones interpersonales cada vez están más globalizadas con el uso de los medios

electrónicos y los avances técnicos y tecnológicos que estamos viviendo.

En este sentido, no resulta extraño afirmar que la rama jurídica que ha estado más afectada por la regularización de Internet ha sido la del Derecho Internacional Privado (Carrascosa, 2004). Internet ha supuesto un incremento tanto en el número como en la diversidad de las situaciones privadas; un claro ejemplo de ello es Amazon: una red que almacena en línea miles de perfiles de compradores tanto nacionales como extranjeros.

Este incremento en el número y la diversidad de situaciones privadas se realiza desde una perspectiva internacional, donde el «Derecho Internacional Privado es el protagonista principal del impacto de Internet en el mundo jurídico» (Calvo y Carrascosa, 2001).

La evolución desenfrenada de Internet ha originado una sociedad cada vez más interconectada e interdependiente que no entiende de fronteras geográficas y que, por lo tanto, de cara a su efectividad, debería tener una regulación jurídica global. Sin embargo, un gran número de naciones no han logrado adaptar sus ordenamientos para poder interrelacionarse con otras regiones sin problemas. Un ejemplo claro de ello es Afganistán o Corea del Norte, países desconectados por completo de la Red (García, Alonso y Carrera, 2010). Lo que evidencia, aún más si cabe, la complejidad del asunto.

Como se puede comprobar son muy variadas en cuanto a sus objetivos, estructuras, características y consecuencias las actividades que en el ámbito privado se realizan a través de Internet, como sucede con el Comercio Electrónico, lo que complica el desarrollo, la comprensión y, a veces, la aplicación del Derecho Internacional Privado.

No obstante, habrá que tener en cuenta qué rama específica del Derecho Internacional Privado es la que rige la relación para poder argumentar las diferentes preguntas y respuestas que puedan surgir. Solo de esta forma se lograrán propuestas, pautas e ideas para comprender mejor esta materia que con el desarrollo tecnológico todavía no se ha regulado por completo.

Por otro lado, Internet ha cambiado la forma en la que la empresa, entendida como ente jurídico que pone en práctica toda una sucesión de actos mercantiles, se relaciona con los proveedores y los clientes, pues la Red se

Internet ha originado una sociedad cada vez más interconectada e interdependiente que no entiende de fronteras geográficas



ha convertido en un pilar fundamental para que las empresas puedan ser competitivas y productivas con respecto a las demás. Estamos ante una economía global (Castells, 2000) e interdependiente que opera a través de diferentes redes informáticas donde, en este tipo de comercio, las empresas son entendidas como un ente que por medios electrónicos realizan los actos mercantiles o de comercio de que se traten (Rodríguez, 2000).

Los cambios en las costumbres sociales originados por las transformaciones tecnológicas y económicas han hecho que las empresas hayan tenido que intensificar sus actuaciones en los intercambios de bienes y servicios por vía electrónica, integrándose de esta manera en los sistemas de economía de las diferentes regiones del mundo. Internet se ha convertido en uno de los principales medios de intercambio de información en una sociedad que cada día está más conectada pero que todavía se encuentra ante muchos vacíos legales.

Cuando hablamos del Comercio Electrónico nos referimos no solo al empleo de las tecnologías como soporte y medio para las acciones comerciales, sino a una

La Red se ha constituido como una revolución que afecta a las actividades empresariales realizadas a través de medios tecnológicos

nueva forma de gestión empresarial que permite que las diferentes personas que intervienen en el acto comercial (los proveedores, los socios, los clientes. . .) puedan redefinir su manera de relacionarse.

Para ello, se hace necesario que existan determinados elementos que de una forma conjunta fomenten esta manera de hacer negocios y una regulación completa que favorezca la seguridad en las operaciones que se lleven a cabo y, como consecuencia, un mayor grado de confianza para sus participantes.

La utilización de medios electrónicos para establecer relaciones comerciales obliga a actualizar todas las relaciones jurídicas, incluidas las relaciones mercantiles tradicionales. Las transacciones comerciales que se realizan por Internet difieren de la tradicional formalización y negociación de los contratos en cuanto la sustitución del intercambio físico por el virtual, surgiendo de esta manera un tipo de negocio y estructura contractual que nada tiene que ver con la tradicional.

El contrato es esencial para que este tipo de negociaciones puedan desplegar sus efectos, por lo que no es de extrañar que esta figura jurídica sufra modificaciones cuando se utilice a través de medios electrónicos. Por otro lado, los principios del Derecho patrimonial podrían su-

frir alteraciones, pues Internet encarna una nueva manera de contratación y la tecnología ha roto la forma tradicional en la que las personas se interrelacionan. Al margen de estos cambios estaría la rama de la teoría del Derecho de las obligaciones que, dada la extensión del artículo, es imposible de abarcar.

Para la perfección de cualquier negocio jurídico realizado a través de la Red se requerirá el conocido como «contrato electrónico» también denominado como «contrato celebrado por vía electrónica» o «contrato on line», expresiones que hacen referencia a aquellos contratos que, con independencia de su naturaleza jurídica —compraventa, arrendamiento, comisión, etc.— e irrelevancia de su objeto —bienes y derechos—, se celebran sustituyendo el «lenguaje oral y escrito» que preside la contratación privada tradicional, por el «lenguaje electrónico» (Camacho, 2005).

En cuanto a la regulación del Comercio electrónico, el Código de Comercio, el Código Civil o el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias son solo un ejemplo de la diversidad de normas jurídicas que se aplican a esta figura.

La Red se ha constituido en sí misma como una revolución que afecta a las actividades empresariales realizadas a través de medios tecnológicos, modificando desde la forma en la que los clientes se relacionan con la empresa, el tiempo en el que se efectúan las operaciones o el espacio en el que tienen lugar hasta la forma en la que los consumidores pueden defender sus derechos en este nuevo mercado virtual.

II.1. El comercio electrónico en el marco de la Unión Europea

El origen y la evolución del comercio electrónico en la Unión Europea resulta muy interesante si se tiene en cuenta que ya en el año 1997 empresas de todo el mundo invirtieron más de 2,7 mil millones de dólares en equipos, software y servicios para aumentar su presencia en Internet (Paredes y Velasco, 2017).

Sin embargo, y a pesar de haber conseguido una mayor presencia en las redes, todavía nos encontramos a años luz de países como Estados Unidos, precursor en este modo de hacer negocios. Como expuso el que fuera funcionario, economista y empresario español, de la Dehesa, «Europa se encuentra rezagada frente a Estados Unidos en la nueva economía [...] entendida esta como



el rápido desarrollo y aplicación de las nuevas tecnologías de la información» (de la Dehesa, 2000) y es que cada uno de los países de la Unión legisla sus propios asuntos de comercio, incluido el electrónico. No obstante, se están dictando numerosas directivas europeas para regular y homogeneizar sus innumerables transacciones del comercio en general y del comercio electrónico en particular:

A modo de ejemplo, en España la contratación informática es una figura que todavía no está regulada de una manera suficiente aunque ya nos podemos encontrar con ciertos textos jurídicos que hacen alusión a la llamada firma digital; documentos que se completan con la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (en adelante, LSSICE), donde se recomienda la modificación de muchas de sus normas para evitar resoluciones contradictorias como las que tuvieron lugar con el caso de la página web «ajoderse.com» y «donkeymania» donde los dos jueces de instrucción interpretaron el artículo 17 de la LSSICE de forma opuesta cuando los supuestos eran análogos. En el primero, el juzgado optó por el sobreesimiento de cualquier responsabilidad al editor digital mientras que en el segundo se cerró de forma cautelara la publicación, con las consecuencias correspondientes.

Briz y Laso (2001) consideran que son tres los componentes que están fomentando el desarrollo económico digital en Europa (a saber: una infraestructura tecnológica que concurre con un mercado único y una moneda única), y señalan que las iniciativas de la Unión Europea en este ámbito van encaminadas en cuatro líneas: estructura legal beneficiosa; progreso tecnológico; mejor praxis empresarial y acuerdo global sobre su regulación.

Es indiscutible que la Unión Europea no ha alcanzado a países como China o Estados Unidos en cuanto a desarrollo tecnológico se refiere, sin embargo, dispone de ciertas ventajas con respecto a este último, y es que, si bien existe un mayor número de personas con ordenadores personales en Estados Unidos, los europeos tienen un acceso mayor a la televisión y a la telefonía por cable. Asimismo, Europa cuenta con un sistema normativo más claro y eficaz en comparación al dividido y complicado ordenamiento norteamericano.

El 1 de marzo de 2017 la Comisión Europea presentó el Libro Blanco sobre el futuro de Europa, donde analizó de qué forma evolucionará Europa en la próxima década, desde la repercusión de las nuevas tecnologías en la ciudadanía y en los puestos de trabajo hasta las cuestiones que provoca la globalización, pasando por los problemas que se suscitan en materia de seguridad y el incremento de los populismos. De los aspectos a los que hemos hecho referencia, conviene subrayar el relativo a la necesidad de desarrollar un marco jurídico y normativo, y no solo por ser este el objeto de estudio del presente trabajo sino porque la creación del marco jurídico de la Unión Europea tuvo desde el principio como objetivo compartir una visión y actuación conjunta (Mogherini, 2016), lo que incluye el sistema de redes.

En este sentido, el artículo 1 de la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (en adelante, Directiva sobre el comercio electrónico) establece que «el objetivo de la presente Directiva es contribuir al correcto funcionamiento del mercado interior garantizando la libre circulación de los servicios de la sociedad de la información entre los Estados miembros» añadiendo que se aplicarán las medidas que resulten necesarias para conseguir ese objetivo: establecimiento de prestadores de servicios, contratos por vía electrónica o códigos de conducta entre otros.

Junto con esta Directiva, y en el ámbito de la Unión Europea, existen otras disposiciones que guardan relación con este tema, como es la Directiva 2015/1535 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de septiembre de 2015, por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información o la Directiva 2016/680 del Parlamento Europeo y del Consejo relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos perso-

Es indiscutible que la Unión Europea no ha alcanzado a países como China o Estados Unidos en cuanto a desarrollo tecnológico



nales por parte de las autoridades competentes para fines de prevención, investigación, detección o enjuiciamiento de infracciones penales o de ejecución de sanciones penales, y la libre circulación de dichos datos.

Resulta oportuno señalar que la Directiva 2000/31/CE simboliza en el ámbito de la Unión Europea el comienzo del desarrollo jurídico en materia de Comercio Electrónico, de donde se desprende la necesidad de determinar el régimen jurídico aplicable en el comercio electrónico intracomunitario.

A partir de Internet y de su incansable evolución, nos encontramos ante un medio accesible para un porcentaje muy alto de la sociedad

En lo referente a España, no fue hasta la década de los noventa cuando se consolidó Internet tal y como lo conocemos ahora. La aparición de nuevas empresas distribuidoras de servicios y de otras sociedades reformadas para poder adaptarse a los cambios

que estaban surgiendo, se fue constituyendo el que hoy conocemos como universo empresarial en Internet.

A casi cuatro décadas del surgimiento de Internet y de su incansable evolución, nos encontramos ante un medio accesible para un porcentaje muy alto de la sociedad, si bien todavía quedan algunas reflexiones a tener en cuenta como su impacto en la población o las normas reguladoras existentes, así como las que todavía faltan por crear.

**III. Fundamentos del comercio electrónico
III.1. La contratación electrónica**

Como venimos señalando la economía mundial, y con ella la normativa que regula las transacciones comerciales internacionales, se ha visto transformada, de una manera directa o indirecta, por el fenómeno de la globalización. En gran medida estos cambios también han sido fruto de la denominada «sociedad de la información», cuyo principal pilar ha sido la revolución tecnológica, lo que ha favorecido también un cambio significativo no sólo en la sociedad, sino en los servicios, el comercio, la industria y por supuesto, en el Derecho.

Resulta evidente que la informática, y más concretamente el uso de los medios informáticos, ha sido uno

de los elementos que ha propiciado la alteración de las normas jurídicas que tradicionalmente han estado presentes en la regularización de determinadas materias, entre las que se encuentran las comunicaciones por vía electrónica, que por sí mismas están suscitando el nacimiento, revisión y adaptación de las leyes para poder dar solución a los diferentes problemas que pueden surgir. Como apunta Bauman, «en esta sociedad del tercer milenio, hemos pasado de una sociedad estable, previsible, hasta repetitiva a una sociedad flexible, voluble donde su estructura no resulta permanente, perdurable en el tiempo» (Bauman, 2016:169) por lo que el Derecho debe atender a esta nueva época en donde los problemas legales no aparecen como permanentes.

Desde un punto de vista tradicional, los intercambios comerciales tanto nacionales como internacionales se han efectuado a través de los contratos, documentos que también son empleados en los intercambios comerciales realizados por vía electrónica. Estas formas de negociación, tanto tradicional como electrónica, se encuentran reguladas bajo el paraguas del Derecho Privado, especialmente de los preceptos civiles y mercantiles.

No obstante lo anterior, y en lo que respecta a la contratación electrónica, surgen una serie de cuestiones que es necesario resolver; por ejemplo, hay que valorar si el Derecho Público también forma parte de esta manera de hacer negocios. No debemos olvidar que aquí, junto con la normativa civil y mercantil, también tienen cabida las normas referentes al uso de medios informáticos así como los servicios que proporcionan, actividades que recaen más en el campo del Derecho Público.

Con la figura del contrato se generan, transmiten y transforman los derechos reales. Con los medios electrónicos también se pueden originar obligaciones jurídicas, pues el consentimiento sigue presentándose como un elemento fundamental. En estos casos lo que puede discutirse es la forma en la que esas obligaciones deben ser prestadas dado que el contrato se ha efectuado a través de medios electrónicos, a diferencia de lo que sucede con el contrato tradicional.

Así, una contratación internacional no tendrá las mismas particularidades que las que pueda tener una contratación local o nacional, pero si a la contratación in-



ternacional le añadimos un medio electrónico, las partes deberán de atenerse no solo los aspectos legales tradicionales sino también a las nuevas normativas legales que regularicen las variaciones que hayan podido originar los nuevos medios tecnológicos.

Son muchas las razones, entre las que destaca el desarrollo del comercio transnacional, las que han impulsado una transformación del Derecho Privado. Ante este auge del comercio internacional lo que se pretende es elaborar «un conjunto de normas jurídicas que rijan las relaciones internacionales» (Ortiz, 2013); normas jurídicas que se plasmarán en tratados y costumbres internacionales, destacando las elaboradas en el ámbito de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (en adelante, UNCITRAL/CNUDCI), o la Cámara de Comercio Internacional de París (en adelante, CCI) y los usos y prácticas mercantiles nacionales e internacionales.

Posteriormente, los sistemas estatales –a través de textos internacionales– reciben la *lex mercatoria*, favoreciendo su aplicación posterior, como ha sucedido con el Convenio de Viena de 1980 sobre la Compraventa Internacional de Mercaderías (en adelante, CVIM).

Por otro lado, y siguiendo en el ámbito de contratación internacional, resulta evidente que los principios de UNIDROIT (International Institute for the Unification of Private Law) tienen como objetivo «armonizar, organizar y coordinar el Derecho privado entre los estados y preparar gradualmente la adopción por parte de los distintos países de una legislación de Derecho internacional privado uniforme» (Aguirre y Manasia, 2006:51).

Contratos que, de acuerdo con lo establecido en el artículo 1088 de nuestro Código Civil, desembocan en una serie de obligaciones que pueden consistir en dar, hacer o no hacer algo, lo que se traduce en las consecuencias de derecho correspondientes.

Con la contratación electrónica se excluyen los documentos en papel, pues la información de las partes se transmite por medio de redes informáticas y si concurren los requisitos del artículo 1261 del Código Civil –consentimiento, objeto y causa– el contrato será válido, si bien contará con la particularidad de que el consentimiento será prestado a través de soportes electrónicos (Mateu de Ros y Cendoya, 2000) y que la conclusión del mismo puede no tener lugar con la presencia física de los contratantes. Estas singularidades propias de la contra-

tación electrónica conllevan la necesidad de intervención por parte de los juristas para una nueva regulación civil y mercantil; y es que, como afirma Davara (1993), en la actualidad los negocios cada vez son más dependientes de los sistemas informáticos, lo que ha originado que sean especialmente vulnerables por la falta de seguridad jurídica en la contratación electrónica.

La Ley Modelo de la CNUDMI (en adelante, UNCITRAL) en su artículo 11.1 establece que: «en la formación de un contrato, de no convenir las partes otra cosa, la oferta y su aceptación podrán ser expresadas por medio de un mensaje de datos. No se negará validez

o fuerza obligatoria a un contrato por la sola razón de haberse utilizado en su formación un mensaje de datos».

Con este artículo lo que se pretende es que la contratación electrónica tenga la misma validez que tendría si se hiciera a través de instrumentos físicos, adaptando así las nuevas realidades comerciales a un instrumento jurídico que cada día es más demandado por la sociedad.

En lo que respecta a la validez del contrato electrónico, este requiere –al igual que sucede con el contrato tradicional– de un cruce de voluntades por ambas partes en donde se manifieste la concurrencia de la oferta y la aceptación sobre el objeto contractual (Broseta y Martínez, 2013); solo así comenzará el negocio jurídico. No obstante, habrá que tener presente los posibles desequilibrios que pueden tener lugar si se emplean las condiciones generales de contratación, desventajas que por norma general afectarán a la parte más vulnerable del contrato: el cliente (García Amigo, 1995).

Lo anterior no quiere decir que los contratos electrónicos no tengan la misma finalidad que los contratos tradicionales, sino que habrá que tener presente la inmaterialidad de los documentos originados, los cuales únicamente podrán conseguir su tangibilidad si se incorporan a un soporte tecnológico.

A pesar de que la LSSICE no proporciona de una manera directa una definición de contratación electrónica, en la letra h de su Anexo «Definiciones» indica que se entiende por contrato electrónico «todo contrato en el que la oferta y la aceptación se transmiten por medio

Lo que se pretende es que la contratación electrónica tenga la misma validez que tendría si se hiciera a través de instrumentos físicos



de equipos electrónicos de tratamiento de datos conectados a una red de telecomunicaciones». Asimismo, el artículo 51 del Código de Comercio señala que «serán válidos y producirán obligación y acción en juicio los contratos mercantiles, cualesquiera que sean la forma y el idioma en que se celebren [...]»; precepto que se confirma en el artículo 1278 del Código Civil, según el cual: «los contratos serán obligatorios, cualquiera que sea la forma en la que se hayan celebrado, siempre que en ellos concurran las condiciones esenciales para su validez», poniendo de manifiesto que en cualquiera de sus formas el contrato es válido.

En lo que respecta a la naturaleza jurídica del contrato electrónico, este es considerado como un contrato a distancia

Por otro lado, y en lo referente a la oferta realizada por una de las partes, el artículo 27.3 LSSICE establece: «sin perjuicio de lo dispuesto en la legislación específica, las ofertas o propuestas de contratación realizadas por vía electrónica serán válidas durante el período que fije el oferente o, en su defecto, durante todo el tiempo que permanezcan accesibles a los destinatarios del servicio».

Finalmente, y en lo que respecta a la naturaleza jurídica del contrato electrónico, este es considerado como un contrato a distancia (Del Pino, 2003) y aún presenta muchas lagunas desde el punto de vista de la regulación del Derecho; baste como muestra estos interrogantes que señalamos a modo de ejemplo: ¿cómo podemos garantizar la perfección de un contrato ante posible errores o fallos de conexión en el momento justo de la formalización? ¿Se puede considerar una web como «sujeto inteligente» capacitado para la formalización de acuerdos contractuales?...

Sin poder entrar a profundizar en las respuestas de ninguno de los interrogantes anteriores, que, por otra parte no tienen más pretensión que la de evidenciar que hay mucho trabajo aún por hacer, cabe decir, a priori, que son aspectos y circunstancias que corresponde contemplar al legislador; y, en tanto se regulan estos y otros rasgos, y para evidenciar que, a pesar de las limitaciones no hay inseguridad jurídica, cabe señalar para el primero de los interrogantes -el relativo a la garantía en la perfección de determinados contratos-, al menos una línea de trabajo: nos referimos a los modelos de contrato ex intervalo temporis. Probablemente, antes de que la circunstancia a

la que nos referíamos se hubiera podido materializar habría habido algunas otras acciones precontractuales que habrían conducido al resultado final; en ese caso, este tipo de acciones entendemos que podrían ser contempladas como una suerte de «contratos de formación sucesiva». Un elemento sobre el que profundizar si se hubiera planteado algún litigio por motivos como este.

Lo mismo cabría decir del segundo de los interrogantes que señalábamos arriba al plantear desde un punto de vista casi filosófico el valor, o no, de los dispositivos o medios cibernéticos como «sujetos inteligentes» que participan en distinta medida en la perfección de los contratos. Independientemente de que, efectivamente, a nuestro juicio hay espacios en los que el legislador podría o debería profundizar; tampoco cabría decir que hay inseguridad jurídica, toda vez que, aunque efectivamente, el acuerdo o contrato pudiera darse entre «dispositivos inteligentes» para llegar a esta situación, previamente ha tenido que mediar entre las partes que participan del negocio una cierta voluntad de celebrarlo; aquí, por ejemplo, cabría alguna línea de actuación.

III.1. La firma digital

No solo son relevantes los cambios que la irrupción de las tecnologías de la información y la comunicación están promoviendo en asuntos como la celebración de los contratos. La propia identidad de quienes los celebran, entendiendo que muchas veces se hacen en la distancia e incluso de manera asíncrona es otro de los elementos que se ven afectados nuclearmente. En este sentido abordamos ahora algunas consideraciones en torno a esto focalizándonos en lo que hemos dado en llamar la firma digital.

Conforme a lo establecido en el artículo 3.10) del Reglamento (UE) núm. 910/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de julio de 2014, relativo a la identificación electrónica y los servicios de confianza para las transacciones electrónicas en el mercado interior, se entiende por firma electrónica «los datos en formato electrónico anejos a otros datos electrónicos o asociados de manera lógica con ellos que utiliza el firmante para firmar». Junto a esta definición tan general de firma electrónica nos encontramos con una modalidad más específica, diferenciada de las demás por las características que presenta, que, al proporcionar una seguridad mayor, son denominadas por el ordenamiento jurídico como fir-



ma jurídica avanzada.

Para que una firma jurídica pueda ser considerada como avanzada debe reunir los requisitos siguientes (Rodríguez Adrados, 2004): a) estar asociada exclusivamente al firmante; b) identificar al firmante; c) haber sido creada a través de medios que el firmante puede conservar bajo su exclusivo control; y d) estar vinculada a los datos a los que hace referencia, de tal forma que, si existe un cambio posterior, este se vea reflejado.

La neutralidad tecnológica es el punto de partida de la normativa europea, por lo que, en principio, la firma electrónica no se encuentra vinculada a una tecnología en concreto. Sea como fuere, debemos destacar que el principio en el que se basa cualquier regulación jurídica sobre la firma electrónica y el documento digital es que «la firma electrónica tiene respecto de los datos consignados en forma electrónica el mismo valor que la firma manuscrita en relación con los consignados en papel» (Vega, 2005).

Las firmas electrónicas creadas a través de la clave pública o de la criptografía asimétrica reciben la denominación de firmas digitales (Torres, 2005); es decir, estas son un subtipo de la firma electrónica, caracterizadas por el empleo de una tecnología determinada.

Los principales problemas que surgen con la utilización de este tipo de firmas son los que hacen referencia a la seguridad de las partes, y es que las personas que participan en el documento telemático no están presentes físicamente, por lo que cada uno de los firmantes debe tener la seguridad de que lo que envían o reciben ha sido realizado por la persona correspondiente.

El propio Reglamento (UE) núm. 910/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de julio de 2014, en su artículo 25.1 señala: «no se denegarán efectos jurídicos ni admisibilidad como prueba en procedimientos judiciales a una firma electrónica por el mero hecho de ser una firma electrónica...».

Vemos por lo tanto cómo esta autenticación de la información tiene dos objetivos básicos. El primero de ellos es el de identificar a la persona que ha redactado los mensajes y que esta se obligue legalmente con los mismos; dicho de otro modo, cuando las personas intercambian documentos a través de medios electrónicos resulta más complicado verificar el origen y la firma de quien lo envía, a diferencia de lo que sucede con el correo tradicional, por lo que la forma de autenticación también va a

tener que ser diferente. El segundo de los aspectos que hay que tener en cuenta es el de los efectos jurídicos que la firma electrónica produce. En este sentido, el artículo 25.2 del Reglamento arriba referenciado, dispone que «una firma electrónica cualificada tendrá un efecto jurídico equivalente al de una firma manuscrita».

Tal y como aparece recogido en los artículos 11 y ss. del Reglamento citado ut supra, las leyes que hacen alusión a la firma electrónica en los diferentes Estados miembros han tomado como referencia el citado texto legal. Tal es el caso de la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de Firma Electrónica, que en su exposición de motivos hace alusión al respeto a la Directiva 1999/93/CE, modificada por el Reglamento (UE) núm.910/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo de 23 de julio de 2014.

La Ley de Firma Electrónica tiene por lo tanto como finalidad promover una incorporación rápida de las nuevas tecnologías garantizando la seguridad de las comunicaciones que por este medio realicen los ciudadanos, las empresas y las Administraciones públicas.

Finalmente debemos señalar que la eficacia —o en su caso ineficacia— de las diferentes legislaciones que regulan la firma electrónica dependerá del detalle con el que ha reglamentado esta materia. Debemos tener presente que nos encontramos ante una materia dinámica y que por lo tanto necesita una regulación muy activa.

III.1. Las comunicaciones comerciales

Resulta claro que los actos jurídicos que se celebran a través de la Red incluyen cada vez más comunicaciones comerciales, lo que posibilita una mejora en la productividad de las empresas, reducen sus costes, llegan a un mayor número de clientes y pueden prestar sus servicios las 24 horas del día. Este incremento en la utilización de las tecnologías de la información tanto por parte de las empresas como de los particulares hace que tengamos que reflexionar acerca de las implicaciones jurídicas que se pueden derivar.

Las comunicaciones electrónicas por sí mismas facilitan la vida personal y profesional de las personas, permitiendo «la interactividad y la inmediatez de respuesta por parte del destinatario del mensaje» z, 2007: 284) y

Las comunicaciones electrónicas facilitan la vida personal y profesional y permiten la interactividad y la inmediatez de respuesta



suprimiendo cualquier barrera geográfica. A pesar de todo, en ocasiones también se generan contratiempos, la mayoría de las veces no previstos por las partes intervinientes, como la posible vulneración de datos personales y el abuso de publicidad.

El concepto de comunicación electrónica se define como «la disciplina que trata del uso de los medios electrónicos en las actividades de las empresas y de las organizaciones, entendiendo por medios electrónicos el conjunto de medios de comunicación destinados a poner en relación a un individuo con una organización o

con otro individuo con el objetivo de difundir o intercambiar mensajes, utilizando para ello los recursos de la informática y las telecomunicaciones» (Pablo Redondo, 2010:26).

De ella, en ocasiones se deriva un negocio jurídico que,

aunque no siempre aparezca tipificado, sí genera consecuencias jurídicas como las que se derivan de los contratos.

En este sentido, y solo por ilustrar lo que acabamos de plantear cabe señalar que un exceso de correo no deseado (comunicación electrónica no deseada) que una persona (física o jurídica) puede recibir podría provocarle perjuicios tales como que sature el espacio contratado en su servidor, que reciba informaciones vejatorias o contrarias a su moral, que su revisión le provoque pérdidas de tiempo sustanciales o que estos mensajes sean portadores de virus o programas «troyanos» que le roben datos o información o le generen determinados perjuicios (incluso sin que pueda llegar a saberlo y por tanto no lo haya denunciado). Esto, por no entrar en otros pormenores posibles, como, por ejemplo, que el destinatario sea un menor.

En las comunicaciones electrónicas -a diferencia de lo que sucede con los medios de comunicación tradicional- existen una serie de variables que hay que tener en cuenta, como la comunicación síncrona y la comunicación asíncrona (Gros, 1013). La primera tiene lugar cuando el intercambio de información por la Red se realiza a tiempo real, mientras que la comunicación asíncrona se presenta cuando las partes no interactúan de manera simultánea.

En lo que respecta a la definición de comunicación co-

mercial, autores como Sánchez del Castillo (2007) o Vega Vega (2014) la vinculan a la publicidad. Del mismo modo, la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, en su artículo 2 indica que la publicidad es «toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones».

Si el interesado acepta las comunicaciones comerciales con el producto ofertado, surgirá una relación jurídica que derivará en obligaciones para ambas partes -por un lado, entregar el producto y por otro, pagar el precio que corresponda-. Por ejemplo, una persona compra un producto de forma online después de haber visto un anuncio en su ordenador. Una vez efectuada la compra, esa persona se verá obligada a pagar el precio que se haya establecido en la página correspondiente y el vendedor estará obligado a entregárselo en el plazo que haya anunciado.

Esta información suministrada a través de medios electrónicos cuenta con una regulación jurídica propia; sin embargo, las nuevas tecnologías -y especialmente Internet- evolucionan a una velocidad vertiginosa; evolución que debe verse reflejada en los sistemas jurídicos de todo el mundo para lograr una «adaptación y normalización de las opciones que ofrecen las nuevas tecnologías» (Arias, 2006:175) en las distintas situaciones «cibernéticas» que tienen lugar en la vida cotidiana.

Estas situaciones que venimos describiendo, relativas a las comunicaciones electrónicas (deseadas o no; consentidas o no), podrían tener también algún tipo de relación, por ejemplo, con el derecho a la libertad de expresión o de información.

El artículo 20 de la Constitución española reconoce como derechos fundamentales la libertad de expresión e información, derechos que pueden manifestarse a través de cualquier medio de comunicación. Esto puede resultar contradictorio si se entiende que (Tribunal Supremo (Sala 4ª). Sentencia núm.7252, de 23 de septiembre de 1988):

«la publicidad como medio de captación de clientela no comporta el ejercicio de una actividad comprendida como derecho fundamental en el artículo 20 de la Constitución, ya que no se produce la mera expresión de un

Un exceso de correo no deseado (comunicación electrónica) que una persona (física o jurídica) puede recibir podría provocarle perjuicios



pensamiento, ideas u opiniones mediante palabra, escrito o cualquier otro medio de reproducción, como indica ese precepto, sino la existencia de una actividad profesional con la finalidad de alcanzar un provecho...».

En lo que respecta a la publicidad en los servicios de la sociedad de la información, es indudable que en algunas ocasiones pueden tener lugar determinadas actuaciones que choquen con una correcta tutela de los consumidores (Méndez, 2005). Estos problemas tratan de ser resueltos por la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico).

En el artículo 6 de esta Directiva, se indica que las comunicaciones comerciales deben cumplir con determinadas condiciones como que sea claramente identificable como publicitaria o que las personas físicas o jurídicas que realicen tales comunicaciones también lo sean. Otra cuestión que está recogida en este mismo artículo es que las ofertas promocionales, como por ejemplo los descuentos, cuando estén autorizados en el Estado miembro del establecimiento del prestador de servicios, deberán ser identificables de una manera clara y fácilmente accesibles.

A la luz de todo lo expuesto podemos apreciar cómo la Directiva -con el objetivo de proteger a los consumidores y garantizar el buen hacer de las empresas- impone a las comunicaciones comerciales determinadas condiciones de transparencia, y es que, como señala Arias Pou (2006:247): «los Estados miembros deben poner límites a estas opciones de promoción de productos o servicios por los prestadores de servicios de la sociedad de la información».

Otra cuestión que cabe destacar de esta Directiva y que mantiene una estrecha relación con la comunicación comercial es la referente a las personas que se encuentran protegidas por recibir comunicaciones comerciales que no habían solicitado previamente. La Directiva, en su artículo 7 protege tanto a las personas físicas como a las jurídicas. En esta línea, el artículo 21 de la LSSICE prohíbe «el envío de comunicaciones publicitarias o promocionales por correo electrónico y otro medio de comunicación electrónica equivalente que previamente no hubieran sido solicitadas o expresamente autorizadas

por los destinatarios de las mismas».

Asimismo, esta regulación -de las comunicaciones comerciales- está profundamente relacionada con la protección de datos de carácter personal, materia que analizaremos en el capítulo IV.2 de este trabajo.

Como una forma de prevenir el envío de comunicaciones comerciales, el artículo 22.2 de la LSSICE establece que los destinatarios de las comunicaciones comerciales podrán revocar el consentimiento a recibir las con una simple notificación al remitente, exigiéndoles a los prestadores de servicios a tal efecto procedimientos fáciles y gratuitos. En este mismo sentido, cabe mencionar también los artículos 30 y 31 de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, sobre Protección de Datos de Carácter Personal (en adelante, LOPD).

Junto con este articulado, la Guía sobre el Uso de Cookies publicada por la Agencia Española de Protección de Datos (en adelante, AEPD) en el año 2013 recoge que quedan exceptuadas de cumplir lo dispuesto en el apartado 2 del artículo 22 de la LSSICE las cookies que se empleen con la finalidad de: «permitir únicamente la comunicación entre el equipo del usuario y la red» y «estrictamente prestar un servicio expresamente solicitado por el usuario».

Del mismo modo, en el segundo principio general de la Recomendación aprobada el 9 de diciembre de 1999 del Consejo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (en adelante, OCDE) relativo a la «lealtad en las prácticas comerciales, publicitarias y de promoción de ventas» se insta a las empresas a actuar de una manera equitativa en sus «actividades empresariales, publicitarias y de mercadotecnia», respetando así los intereses de los consumidores. Esto confirma que la decisión de los consumidores -puesta en conocimiento de la otra parte- de no querer recibir más mensajes comerciales a través de ningún medio telemático debe ser respetada por parte de las empresas. Todos hemos vivido y sufrido prácticas habituales que provocan la intromisión no deseada en la privacidad familiar o personal; por ejemplo, cuando operadores de telefonía, seguros, finanzas... llaman, mediante programación informática a una cadena de teléfonos y solo cuando el sistema detecta que hemos atendido la llamada interviene el ope-

Las comunicaciones comerciales deben cumplir con determinadas condiciones como que sea claramente identificable como publicitaria



rador de turno. Y a pesar de mostrar nuestro rechazo, incluso efusivamente y de manera reiterada, no mucho tiempo después podemos volver a recibir otra llamada, generando en los usuarios si no indefensión manifiesta, sí frustración.

Esta Recomendación incluye otros principios vinculados con la comunicación de la información sobre la empresa, los bienes o servicios y aquella que hace alusión a la transacción, con los que se procura poner en conocimiento de los consumidores los derechos que tienen

acerca de la claridad de los términos y condiciones de las ofertas, evitando de esta manera cualquier conducta fraudulenta, capciosa y desleal.

Vemos por lo tanto cómo el comercio electrónico implica numerosas ventajas tanto para las empresas como

para los consumidores que han visto facilitada su comunicación, lo que ha supuesto un incremento en las transacciones comerciales internacionales.

A pesar de todo, esta nueva manera de hacer negocios también comporta unos mayores riesgos para los consumidores, dado que pueden ser objeto de actuaciones comerciales fraudulentas. Para dar solución a estos problemas, las legislaciones nacionales deben regular el uso de estas prácticas comerciales, bien sea transponiendo leyes -como las Directivas a las que hemos hecho alusión- o estableciendo nuevas normativas que solventen los problemas que vayan ocasionándose.

IV. Defensa y seguridad en el comercio electrónico

IV.1. La seguridad jurídica e informática

Nos encontramos ante una sociedad cada vez más globalizada donde las redes se han constituido como una herramienta básica para las organizaciones y los particulares, lo que hace que su uso incorrecto o su falta de seguridad genere obstáculos insalvables.

Casos como el incendio del 13 de febrero de 2005 del edificio Windsor en Madrid han hecho que se haya superado el período en el que el primer gasto que suprimían las empresas era el de seguridad en la información (del Peso Navarro; Ramos y del Peso Ruiz, 2010).

Nos encontramos también en un mundo donde la in-

seguridad ciudadana está a la orden del día, especialmente en las grandes urbes, por lo que los ciudadanos también demandan unas mayores medidas de seguridad —especialmente en lo que respecta a sus derechos fundamentales—, lo que incluye las redes informáticas.

Pero ¿qué es la seguridad? En su primera acepción el Diccionario de la Real Academia define como una «cualidad de seguro», entendiéndose por seguro como algo «libre y exento de riesgos», y son precisamente esos riesgos los que tratan de evitarse con la seguridad de la información.

IV.1.1. La importancia de la concienciación

Las medidas que deben implementarse para solucionar los daños y perjuicios que puedan surgir en los sistemas de seguridad de las empresas pasan por la toma de conciencia por parte de los empresarios y empleados; y es que de nada sirve implantar planes de seguridad en las empresas si luego éstas no se los toman en serio.

Algunas empresas que se encontraban domiciliadas en el edificio Windsor en Madrid pudieron seguir trabajando el día siguiente al incendio por haber duplicado sus sistemas de manera externa; sin embargo, aquellas otras que no habían implantado medidas de seguridad informática sufrieron pérdidas muy considerables.

Vemos por lo tanto la importancia de concienciación, entendimiento y compromiso de todo el personal de la empresa —sea o no directivo— de cumplir con las medidas de seguridad que se hayan implantado en la compañía en la que esté trabajando. Concienciación que, en nuestra opinión, debe realizarse de una forma externa por organismos especializados en este campo para que posteriormente tengan lugar formaciones internas periódicas de todo el personal que trabaja en la empresa.

IV.2. La protección de la seguridad de la información

Si estamos de acuerdo en que en la actualidad un volumen muy importante de información está vinculado con sistemas de información tecnológicos, también coincidiremos en afirmar que la seguridad de la información en el ámbito de las tecnologías cada vez adquiere una mayor relevancia. Cuando hacemos alusión a la seguridad de la información queremos abarcar también la seguridad de los datos y los soportes informáticos en los que estos puedan encontrarse.

Estamos en una sociedad globalizada donde las redes se han constituido como una herramienta básica para organizaciones y particulares



En España, el artículo 1 de la LOPD fija como objetivo principal proteger y garantizar todo lo que concierte al tratamiento de los datos personales, a los derechos fundamentales de las personas físicas y a las libertades públicas; del mismo modo, su artículo 9.1 obliga al responsable del fichero, y, en su caso, al encargado del tratamiento a tomar las medidas técnicas y organizativas necesarias para garantizar los datos de carácter personal y evitar su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado, añadiendo la letra h) del apartado 3 del artículo 44 que se considerará una infracción leve «mantener los ficheros, locales, programas o equipos que contengan datos de carácter personal sin las debidas condiciones de seguridad que por vía reglamentaria se determinen».

Todavía nos queda mucho camino por recorrer en el tema de la ciberseguridad. Sin ir más lejos, el 16 de mayo de 2017 los expertos en seguridad aprovecharon la crisis que cuatro días antes había desatado el virus Wannacry —el cual atacó a empresas españolas como Iberdrola, Telefónica y Gas Natural— para hacer un llamamiento sobre la falta de profesionales en el sector de la ciberseguridad. Según estimaciones que ha hecho la Universidad Oberta de Cataluña (UOC) ya en el año 2019 se están necesitando entre un millón y dos millones de expertos en este campo.

El buen uso de la informática ya se impuso en el año 1978 cuando la Constitución española estableció en su artículo 18.4 que «la Ley limitará el uso de la informática para garantizar el honor y la intimidad personal y familiar de los ciudadanos y el pleno ejercicio de sus derechos».

En esta misma línea —pero a nivel comunitario— incide la Directiva 2002/58/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de julio de 2002, relativa al tratamiento de los datos personales y a la protección de la intimidad en el sector de las comunicaciones electrónicas (Directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas) que, al igual que su predecesora Directiva 97/66/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 15 de diciembre de 1997 relativa al tratamiento de datos personales y a la protección de la intimidad en el sector de las telecomunicaciones, busca la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de sus datos personales así como de su circulación a través de las redes.

IV.3. La protección de datos personales

Como hemos venido adelantando, la protección de datos —en el ámbito empresarial en general y en su actividad on-line en particular— ha adquirido una gran relevancia, pues el tratamiento de datos de carácter personal forma parte de las labores diarias de cualquier empresa, tanto de cara a los empleados que trabajan en ella como de sus proveedores o clientes (entre otros ejemplos).

En el momento en el que estos datos se trasladan al espacio on-line, los riesgos de inobservancia y las posibilidades de ser sancionado incrementan exponencialmente, pues es más fácil que se pierda el control de unos datos que, por otro lado, son más sencillos de obtener (De Nova, 2012).

Pero, ¿qué debemos de entender por «datos de carácter personal»? La respuesta aparece en el artículo 5.1 letra f) del Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal (en adelante, RDLOPD). En este artículo se indica que como datos de carácter personal debe entenderse «cualquier información numérica, alfabética, gráfica, fotográfica, acústica o de cualquier otro tipo concerniente a personas físicas identificadas o identificables», concretando de esta manera lo establecido en el artículo 3 a) de la LOPD, la cual los define como «cualquier información concerniente a personas físicas identificadas o identificables». Este concepto de protección de datos lleva implícito el derecho que toda persona tiene en relación a su privacidad y derecho a la intimidad en cuanto a cualquier información que pueda describir algún aspecto de su vida; y es que poder ser identificado a través de los datos personales que han sido almacenados en medios electrónicos es una decisión que corresponde en exclusiva a su titular, el cual podrá disponer y decidir lo que hacer con ellos.

Además debemos tener presente, como señala el profesor de Nova Labián, que «el hecho de que el interesado no aparezca identificado en un fichero por su nombre y apellidos no supone que dicho fichero no contenga».

El concepto de protección de datos lleva implícito el derecho que toda persona tiene en relación a su privacidad y derecho a la intimidad



ga datos de carácter personal» (De Nova, 2012) pues los datos personales que se encuentran almacenados en ficheros electrónicos configuran una verdadera «radiografía» de las personas que les han facilitado esa información, contenido al cual pueden acceder -con el desconocimiento del afectado- otras personas. Reza la Constitución española en su artículo 18.4: «La ley limitará el uso de la informática para garantizar el honor y la intimidad personal y familiar de los ciudadanos y el pleno ejercicio de sus derechos».

Los datos personales almacenados en ficheros electrónicos son una verdadera «radiografía» de las personas que los han facilitado

Aunque puede resultar algo difusa la regulación que hace nuestro texto constitucional sobre la materia, el Tribunal Constitucional en su sentencia núm. 292/2000 de 30 de noviembre (ECLI:ES:TC:2000:292) ha matizado en su Fundamento Jurídico 7º que el contenido de este precepto hace alusión al «poder de disposición y de control sobre los datos personales que faculta a la persona para decidir cuáles de esos datos proporcionar a un tercero, sea el Estado o un particular, o cuáles puede este tercero recabar; y que también permite al individuo saber quién posee esos datos personales y para qué, pudiendo oponerse a esa posesión o uso...»

En este punto cabe mencionar el nuevo Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) que se aprobó en la primavera de 2016 y que es de aplicación obligatoria desde el 25 de mayo de 2018.

Con carácter general, la principal innovación del RGPD se fundamenta en dos conceptos:

1. El principio de responsabilidad proactiva: con este principio, el RGPD hace referencia a «la necesidad de que el responsable del tratamiento aplique medidas técnicas y organizativas apropiadas a fin de garantizar y poder demostrar que el tratamiento es conforme con el Reglamento».

Desde un punto de vista práctico, con este principio lo que se quiere conseguir es que las empresas sepan con exactitud qué datos están tratando, el objetivo que se persigue con ese tratamiento y las operaciones que se están realizando para conseguirlo.

2. El enfoque basado en el riesgo: con este enfoque, el RGPD pretende que las medidas que se adopten para conseguir esa protección tengan presente «la naturale-

za, el ámbito, el contexto y los fines del tratamiento, así como el riesgo para los derechos y libertades de las personas».

De esta manera la aplicación de determinadas medidas solo tendrá lugar cuando los derechos y libertades de los sujetos implicados corran un grave peligro, modulándose la intensidad de las mismas en función del caso.

V. Conclusiones

1.- El desarrollo y la influencia de Internet en el mundo actual es una realidad. Por ello, la Unión Europea ha publicado un gran número de directivas que tienen como objetivo regular las nuevas situaciones que se presentan en una sociedad que cada vez está más interconectada.

2.- Con la Directiva sobre comercio electrónico las transacciones comerciales realizadas a través de medios electrónicos se han visto legalmente favorecidas; no debemos olvidar que, como hemos dejado patente en este trabajo, el principal objetivo de esta norma es el de favorecer la «libre circulación de los servicios de la sociedad de la información entre los Estados miembros» lo que genera unas ventajas indudables no sólo para el comerciante —el cual tiene un campo de actuación mucho más grande— sino también para el consumidor —pues tiene un abanico de elección mucho más amplio—.

Esta Directiva ha sido posteriormente traspuesta a las legislaciones nacionales de los distintos Estados miembros y objeto de desarrollo por otras directivas como la Directiva 2015/1535 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 9 de septiembre de 2015, por la que se establece un procedimiento de información en materia de reglamentaciones técnicas y de reglas relativas a los servicios de la sociedad de la información.

3.- A pesar de todo, esta revolución tecnológica hace que los legisladores tengan que aunar sus esfuerzos para anticipar (en la medida de lo posible) las repercusiones que la tecnología puede tener en ámbitos como las relaciones comerciales entre empresas e internautas. Y es que, como hemos venido evidenciando a lo largo del trabajo, están surgiendo nuevos tipos jurídicos —y por ende, nuevas consecuencias— que la regulación actual no contempla aún en su totalidad. Un ejemplo: el que no quede claro el lugar y el momento en el que se ha formalizado una transacción electrónica hace que no se sepa a ciencia cierta cuál es la jurisdicción que tiene que aplicarse en las actuaciones que se realizan a través de las redes in-



formáticas. Esto provoca que en muchas ocasiones tenga que acudir a organismos internacionales.

4.- Por ello, algunos organismos supranacionales como la OMC o la misma Unión Europea han realizado una serie de leyes modelo con el objeto de evitar —en la medida de lo posible— la inseguridad jurídica que puede derivarse —tanto para los empresarios como para los consumidores— de una situación que no está regulada por completo. Estas leyes modelo, en la actualidad, son de aplicación únicamente por los países que las aprueban.

5.- En nuestra opinión, esta disparidad en la normativa puede resultar un arma de doble filo: por un lado, la aprobación de nuevas directivas sobre este tema hace que exista una regulación mayor para las situaciones concretas que pueden tener lugar; por otro lado, se puede correr el riesgo de que existan demasiados textos normativos ambiguos y poco definidos, lo cual no solo no daría solución a los nuevos problemas transfronterizos que pueden plantearse sino que los agravaría más.

6.- En esta revolución tecnológica, la figura de la contratación ocupa un lugar especial. El contrato es primordial para perfeccionar las transacciones comerciales a través de Internet. Entre sus diferencias con el contrato tradicional nos encontramos, entre otras, con que el consentimiento de las partes contratantes y sus firmas se plasman a través de un medio electrónico. Por ello, han surgido nuevas figuras como la firma electrónica, las cuales aportan una seguridad mayor a las personas que intervienen en el contrato.

Vemos, además, cómo uno de los pilares fundamentales en los que se basa Internet es la comunicación entre los cibernautas. A través de estas comunicaciones tanto personales como profesionales y/o transacciones comerciales se facilitan numerosos datos de carácter personal, que muchas veces son utilizados para publicitar determinados productos a un sector concreto de la población. Esto conlleva que, en un gran número de ocasiones, las empresas se vean incurso en prácticas fraudulentas que vulneran la privacidad e intimidad de la ciudadanía.

7.- Por otro lado, debemos tener presente que las regulaciones jurídicas de la sociedad de la información y del comercio electrónico son diferentes: mientras que el comercio electrónico se aplica a las partes intervinientes, en los ámbitos tecnológico-telemáticos de la sociedad de la información afecta a toda la ciudadanía, naveguen o

no por Internet, pues —sean cibernautas o no— sus datos personales pueden circular por medios electrónicos sin que hayan prestado previamente su consentimiento. No obstante, ambas se interconectan, pues en muchas ocasiones la una es consecuencia de la otra.

8.- Como se puede ver todo un elenco de espacios y situaciones novedosas para el legislador; pero cada vez más comunes en la vida y relaciones entre las personas y sociedades que nos abocan paulatinamente a dimensiones relativamente desconocidas en las que la presencia del Derecho es tan necesaria como, a nuestro juicio, insuficiente hoy. Se abre un horizonte inexplorado en el que necesariamente la regulación jurídica tendrá que desarrollarse para poder dar respuesta a las nuevas situaciones, modos y espacios de relación que, con motivo del desarrollo tecnológico están alumbrándose en nuestras sociedades.

Referencias

- AGUIRRE ANDRADE, A. Y MANASÍA FERNÁNDEZ, N., (2006): Los principios UNIDROIT en las relaciones comerciales internacionales. Universidad del Norte. Barranquilla. Ecuador.
- ARIAS POU, M., (2006): Manual práctico de comercio electrónico. La Ley. Madrid.
- BAUMAN, Z., (2016): La modernidad líquida. Fondo de cultura económica de España. Madrid.
- BERICAT ALASTUEY, E. (1996): La Sociedad de la Información. Tecnología, Cultura y Sociedad. REIS. 71: 99-121.
- BRIZ, J.; LASO, I., (2001): Internet y comercio electrónico. Mundi prensa libros. Madrid.
- BROSETA PONT, M.; MARTÍNEZ SANZ, F., (2013): Manual de Derecho Mercantil. Tecnos. Madrid.
- CALVO CARAVACA, A.; CARRASCOSA GONZÁLEZ, J., (2001): Conflictos de leyes y conflictos de jurisdicción en internet, Colex: 7.
- CAMACHO CLAVIJO, S., (2005): Partes intervinientes, formación y prueba del contrato electrónico. Universidad autónoma de Barcelona. Barcelona.
- CARRASCOSA GONZÁLEZ, J., (2004): Globalización y Derecho Internacional Privado en el siglo XXI, Anales de derecho. 22: 15-58.
- CASTELLS, M., (2000): The Information Age: Economy, Society and Culture. Volume I: The rise of the network Society. Blackwell Publishers Inc. USA.
- CIPPITANI, R., (2012): El Derecho en la Sociedad del Co-



nocimiento. Università degli studi di Perugia. Perugia. Italia.

CORDEIRO, J., (2014): Vivimos la tercera gran revolución humana: la revolución de la inteligencia, Revista Megatendencias.

COTINO HUESO, L., (2010): Derecho e Internet. Universidad de Valencia. Valencia.

DAVARA RODRÍGUEZ, M., (1993): Las telecomunicaciones y las tecnologías de la información en la empresa: implicaciones socio-jurídicas. Informática y Derecho. Revista iberoamericana de derecho informático (1): 30.

DE LA DEHESA, G., (2000): «La nueva economía. Estados Unidos frente a Europa», Periódico “el País”. España. Edición on line: <https://goo.gl/YZnNGz> [última consulta: 22/01/20]

DE NOVA LABIAN, J.A., 2012: Manual jurídico de comercio electrónico y marketing online para las empresas 2.0. Ediciones Experiencia. Mas Nou Barcelona.

DEL PESO NAVARRO, E.; RAMOS GONZÁLEZ, M.A.; DEL PESO RUIZ, M., (2010): Nuevo reglamento de protección de datos de carácter personal. Medidas de seguridad. Díaz de Santos. Madrid.

DEL PINO DOMÍNGUEZ CABRERA, M., (2003): Perfeccionamiento del contrato electrónico en la ley de servicios de la sociedad de la información y del comercio electrónico, Revista de la Facultad de Ciencias Jurídicas de la Universidad de las Palmas de Gran Canaria: 54.

DOMAICA MAROTO, J. M., (2012): Algunas cuestiones en torno al derecho fundamental a la protección de datos en la denominada “información ubicua”, Revista de derecho, UNED. 11: 226

GARCÍA AMIGO, M., (1995): Teoría general de las obligaciones y contratos. McGraw Hill. Aravaca. Madrid.

GARCÍA JIMÉNEZ, A.; BELTRÁN ORENSES, P.; NÚÑEZ PUENTE, S., (2010): Una aproximación al concepto de frontera virtual. Identidades y espacios de comunicación, Revista Latina de Comunicación Social. 65.

GARCÍA ORTA, Mª J.; ALONSO GONZÁLEZ, M.; CARRERAS ÁLVAREZ, Mª DEL VALLE, (2010): Redes sociales y herramientas 2.0 en las elecciones de Irán. Universidad de Sevilla. Sevilla.

GARRIGA DOMÍNGUEZ, A., (2016): Nuevos retos para la protección de datos personales en la era del Big Data y de la computación ubicua. Dykinson. Madrid.

GROS SALVAT, B., (2013): La comunicación en los espacios virtuales: enfoques y experiencias en formación en línea. Fondo editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Lima.

JIJENA LEIVA, R.; PALAZZI, P.A. Y TÉLLEZ VALDÉS, J., (2013): El Derecho y la Sociedad de la Información: la importancia de Internet en el mundo actual. Instituto Tecnológico de Monterrey. México.

LIMA TORRADO, J., (2002): Ciberespacio y protección de los derechos ¿hacia una cibercultura de los derechos humanos?, Cuadernos electrónicos de Filosofía del Derecho. 5: 1-14.

LÓPEZ GARCÍA, D., (2013): Análisis de las posibilidades de uso de Big Data en las organizaciones. Universidad de Cantabria. Santander.

MATEU DE ROS, R.; CENDOYA MÉNDEZ DEVIGO, J. M., (2000): Derecho de Internet, contratación electrónica y firma digital. Aranzadi. Madrid.

MAYER-SCHÖNBERG, VY CUKIER, K., (2013): Big Data: la revolución de los datos vivos. Turner. Madrid.

MENÉNDEZ MATO, J. C., (2005): El contrato vía internet. Editor J.M. Bosch. Barcelona.

MOGHERINI, F., (2016): «Una visión común, una actuación conjunta: una Europa más fuerte». Edición on line: <https://goo.gl/pj4u5d> [última consulta: 22/01/20].

MUÑOZ MACHADO, S., (2000): La regulación de la red. Poder y Derecho en Internet. Taurus. Madrid.

ORTIZ AHLF, L., (2013): Derecho Internacional Público. Oxford University Press. México.

PABLO REDONDO, R., (2010): Negocio electrónico. UNED. Madrid.

PAREDES HERNÁNDEZ, E.; VELASCO ESPITIA, Mª E., (2017): Comercio electrónico. Universidad de Pamplona. Pamplona.

PÉREZ, J., (2008): La gobernanza en Internet. Fundación Telefónica. 10: 46.

RENDÓN ROJAS, M.A., (2001): Un análisis del concepto de Sociedad de la Información desde el enfoque histórico, Información, Cultura y Sociedad. 4: 16.

ROBLES CARRILLO, M., (2016): El ciberespacio: presupuestos para una ordenación jurídico – internacional, Revista chilena de Derecho y Ciencia política, 7: 5.

ROBLES, JIMÉNEZ-MARTÍN Y ZAMBRANO, (2012): Creatividad publicitaria y audiovisual a través de la web: proyectos de formación aplicada en el seno de la universidad, Estudios sobre el mensaje periodístico. 18: 554.

RODRÍGUEZ ADRADOS, A., (2004): Firma electrónica y documento electrónico, Consejo general del Notariado. Ma-



drid.

RODRÍGUEZ MOLINERO, M., (2000): Introducción a la Filosofía del Derecho. Servicio de publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid. Madrid.

ROGELVIDEL, C., (2015): Estudios sobre derechos de propiedad intelectual, REUS: 55-367.

SÁNCHEZ DEL CASTILLO, V., (2007): La publicidad en internet. Régimen jurídico de las comunicaciones electrónicas, La Ley: 284.

TORRES ÁLVAREZ, H., (2005): El sistema de seguridad en el comercio electrónico. Fondo editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima.

VEGA VEGA, J. A., (2005): Contratos electrónicos y protección de los consumidores, REUS: 135.

VEGA VEGA, J. A., (2014): Publicidad y mercado, Anuario de la Facultad de Derecho de Extremadura. Cáceres.

WANG, D. (2013): «Influences of cloud computing on e-commerce businesses and industry, Journal of Software Engineering and Applications: 313-318.

ZHIYUAN FANG, (2002): E-government in digital era: concept, practice and development. International Journal of the Computer, the internet and management. 2 (10): 1-22

ZUKERFELD, M., (2008): Bienes informacionales y capitalismo cognitivo. Conocimiento, información y acceso en el siglo XXI, Razón y Palabra. 33. 215-244.

<https://goo.gl/Viuph4> [Última consulta: 26/02/2018]

Como la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica o la Instrucción de 31 de diciembre de 1999, de la Dirección General de Registros y del Notariado, sobre la legitimación de libros en los Registros Mercantiles a través de procedimientos telemáticos.

Juzgado de Instrucción núm.9 de Barcelona, de 27 de marzo de 2003.

Juzgado de Instrucción núm.3 de Madrid, de 1 de agosto de 2003.

BRIZ y LASO, (2001): 1-543

Cfr. <https://goo.gl/hrU3kf> [Última consulta 08/11/2017].

Comisión Europea, "Agenda Digital: los europeos prefieren los servicios integrados de telefonía, televisión e internet" Comisión Europea – Comunicado de prensa [en línea] pág.2 [consulta: 9 de noviembre de 2017] Disponible en: <https://goo.gl/jgkHdN>.

MOGHERINI, (2016): 2.

BAUMAN (2016): 169

ORTIZ AHLF (2013).

AGUIRRE ANDRADE y MANASÍA FERNÁNDEZ (2006): 51.

En esta línea, la Sentencia del Juzgado de Primera Instancia (nº 7, Almería), de 21 de septiembre de 2016 (EDJ. 2016/157742) dispone que las obligaciones nacidas de

los contratos serán exigibles, con indiferencia de que se hayan realizado de manera física o telemática.

MATEU DE ROS y CENDOYA MÉNDEZ DE VIGO (2000): 30.

DAVARA RODRÍGUEZ (1993): 30.

BROSETA PONT y MARTÍNEZ SANZ (2013): 56.

GARCÍA AMIGO (1995): 208-373.

DEL PINO DOMÍNGUEZ CABRERA (2003): 54.

RODRÍGUEZ ADRADOS, A. (2004).

VEGA VEGA (2005): 135.

TORRES ÁLVAREZ (2005): 78.

SÁNCHEZ DEL CASTILLO (2007): 284.

El abuso de publicidad recibida por medios electrónicos es denominado como publicidad "spam". Se entiende por "spammer" aquel que usa direcciones de destinatarios desconocidos para el envío de mensajes no solicitados en gran número.

Hay tres tipos de spammers: a) spam user: es aquel spammer que usa direcciones de destinatarios desconocidos para divulgar sus productos y servicios; b) e-mail dealer: es aquel spammer que vende listas de direcciones de email sin autorización de sus propietarios y c) spam dealer: aquel spammer que usa sus listas de direcciones y vende servicios de spam a un spam user.

PABLO REDONDO (2010): 26.

GROS SALVAT (2013): 11.

SÁNCHEZ DEL CASTILLO (2007): 284.

VEGA VEGA (2014).

ARIAS POU (2006): 175.

Tribunal Supremo (Sala 4ª). Sentencia núm.7252, de 23 de septiembre de 1988.

MENÉNDEZ MATO (2005): 72.

ARIAS POU (2006): 247.

Documento en línea: <https://goo.gl/PDXXbk> [Última consulta: 09/11/2017].

DEL PESO NAVARRO, RAMOS GONZÁLEZ y DEL PESO RUIZ M. (2010): 299.

Acerca del virus "Wannacry". El periódico. [en línea] [consulta: 9 de noviembre de 2017] Disponible en: <https://goo.gl/t5wsKR>.

Acerca de la falta de especialistas. El país [en línea] [consulta: 9 de noviembre de 2017] Disponible en: <https://goo.gl/xKx195>.

DE NOVA LABIÁN (2012): 89.

DE NOVA LABIÁN (2012): 90.

Guía del Reglamento General de Protección de Datos para Responsables del Tratamiento [en línea] [consulta: 16 de enero de 2018] Disponible en: <https://goo.gl/fZ6Kop>.

