



ANTONIO SÁNCHEZ-CRESPO LÓPEZ,  
Programa Superior Derecho de  
las Telecomunicaciones, Servicios  
Audiovisuales y Nuevas Tecnologías  
2001 por el IE Business School,  
Socio Fundador de Sánchez-Crespo  
Abogados y Consultores

# Negocios reales virtualmente legales

La realidad virtual no es una plataforma tecnológica más. Sus características hacen de ella una poderosísima herramienta de comunicación e interacción (visual e inmediata) que las organizaciones podrán utilizar –los *first movers* ya hoy la utilizan– para comunicarse con su entorno. Ahora bien, tomada la decisión de utilizar dicha herramienta, es preciso tener en cuenta, entre otras cuestiones, los aspectos legales.

Aunque últimamente se oyen muchas voces diciendo que *Second Life* (SL) parece un desierto, lo cierto es que las tres dimensiones de la realidad virtual son el futuro, al igual que las dos dimensiones de Internet son el presente. Hace ya tiempo que las plataformas de realidad virtual funcionan más o menos bien –yo tuve mi primer contacto con una en el año 2002– y dado el ritmo de crecimiento de la capacidad de los dispositivos de almacenamiento, de los accesos a Internet, de los procesadores y de las tarjetas gráficas, la realidad virtual será –en breve– el soporte que todos utilizaremos para crear nuestras sedes corporativas virtuales, las que sustituirán –a largo plazo– nuestras actuales web.

La realidad virtual no es una plataforma tecnológica más. Sus características hacen de ella una poderosísima herramienta de comunicación e interacción (visual e inmediata) que las organizaciones podrán utilizar –los *first movers* ya hoy la utilizan– para comunicarse con su entorno (incluidos *stakeholders* y mercados) de una forma mucho más ágil y eficaz que a través de una web.

Ahora bien, tomada la decisión de utilizar dicha herramienta, es preciso tener en cuenta, entre otras cuestiones, los aspectos legales. A pesar de las dificultades de orden práctico a la hora de aplicar el régimen jurídico correspondiente a cada relación en *Second Life*, ésta no es “la ciudad sin ley”. De hecho, la mayoría de las cuestiones que se nos plantean, desde un punto de vista legal, son las mismas que se nos planteaban hace apenas diez años con la extensión entre las empresas del uso de Internet con fines mercantilistas. Son cuestiones, la mayoría, ya superadas por los juristas y las soluciones son –*mutatis mutandi*– las mismas.

En cualquier caso, los objetivos a alcanzar en SL, desde un punto de vista legal, son dos. El primero consiste en no detentar derechos de terceros y en cumplir todas las obligaciones legales, con el fin de evitar sanciones administrativas que, además del menoscabo económico que suponen, perjudican la imagen de empresa responsable (ahora que está tan de moda la responsabilidad social corporativa) y afectan directamente a los



valores que la marca transmite. Y el segundo, en dotarse de los instrumentos necesarios para proteger la empresa frente a terceros (competidores, principal pero no exclusivamente).

En este sentido y en líneas generales, las cuestiones mínimas que toda organización que esté planteándose abrir su sede en un entorno de realidad virtual debe abordar las siguientes:

- Cumplimiento de las obligaciones de información derivadas de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información, la normativa reguladora del mercado de valores y demás normativa sectorial, que resulte aplicable en cada caso (transparencia).
- Cumplimiento de las obligaciones en materia fiscal, laboral y de protección de datos de carácter personal.
- Cumplimiento de obligaciones en materia mercantil, en especial, las derivadas de la normativa protectora de los consumidores y usuarios, de la normativa reguladora de las condiciones generales de la

contratación y de los regímenes de contratación y venta a distancia.

- Cumplimiento de los requisitos establecidos por la normativa reguladora de la publicidad y del juego.
- Protección de la propiedad industrial de la empresa, en concreto de sus signos distintivos (su nombre comercial y sus marcas).
- Protección de los derechos de propiedad intelectual de la empresa.
- Protección frente a competidores desleales, utilizando las herramientas que la normativa sobre competencia nos brinda.

En definitiva, la organización deberá analizar todas aquellas cuestiones que debería tener legalmente controladas, tanto en el mundo real como en su actual web, utilizando el derecho con fines preventivos y asesorándose ex ante y no ex post, como tenemos mucha manía de hacer en España, cuando las cosas ya no tienen arreglo. ■