
Bit 43GEI

PID_00151509

Assumpció Guasch Petit

Tiempo mínimo de dedicación recomendado: **1 hora**



Universitat
Oberta
de Catalunya

Assumpció Guasch Petit

La revisión de este recurso de aprendizaje UOC ha sido coordinada por la profesora: Josep Cobarsí Morales (2019)

Tercera edición: febrero 2019
© Assumpció Guasch Petit
Todos los derechos reservados
© de esta edición, FUOC, 2019
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona
Realización editorial: Oberta UOC Publishing, SL
Diseño: Manel Andreu
Depósito legal: B-3.767-2019

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño general y de la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitido de ninguna manera ni por ningún medio, tanto eléctrico como químico, mecánico, óptico, de grabación, de fotocopia, o por otros métodos, sin la autorización previa por escrito de los titulares del copyright.

1. Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico

Internet ha representado, y cada vez representa más, un sistema de relación entre todo tipo de entidades. Estas entidades pueden ser desde individuos hasta empresas pasando por todo tipo de organizaciones, asociaciones o agrupaciones, tanto públicas como privadas. Así se comprende la necesidad de una legislación que regule y proteja a todos aquellos que intervienen en estas relaciones.

Con esta voluntad, el 11 de julio del 2001 se aprobó la Ley de Servicios de Sociedad de la Información y Comercio Electrónico, que se publicó al día siguiente y entró en vigor tres meses después. Esta ley no es completa, como se verá más adelante, pero cubre una buena parte de los servicios que proporciona Internet. Normalmente se le denomina LSSI* pero las siglas completas son LSSICE.

***No confundir la LSSI con la LISI "Ley de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información", que está tramitándose actualmente en el Senado después de haber sido aprobada en el Congreso (31 de octubre del 2007) y que está generando gran inquietud y oposición de usuarios y profesionales de las TIC.**

Ésta es una ley muy joven y en este momento no existe una interpretación completa. La ley ha recibido muchas críticas de las asociaciones de internautas, como la Asociación de Usuarios de Internet (AUI) o la Asociación de Internautas (AI), tanto en la fase de propuesta como después de su aprobación.

La ley intenta regular la utilización de Internet desde un enfoque comercial. Para realizarlo, establece la vinculación económica como elemento diferenciador entre una web personal y una comercial. No obstante, la falta de un marco normativo más concreto transforma las webs más normales en comerciales, ya que a falta de una concreción mayor, un *banner* por el que se perciba un ingreso, por mínimo que sea, transforma una web en comercial.

Es de esperar que en un futuro se desarrolle una norma que establezca unas especificaciones valoradas que permitan delimitar de manera más razonable la distinción entre web comercial y web personal.

Dentro de las especificaciones de la ley, se obliga a los propietarios de webs comerciales a incluir los datos de identificación de la empresa de modo perfectamente accesible y claro. Estos datos han de ser siempre localizables sin que sea necesario el registro de los usuarios y siempre antes de efectuar ningún pago. Por otra parte, deben incluir la denominación y dirección de la empresa propietaria, las formas de contacto, el número de identificación fiscal, los datos del registro, etc.

Bibliografía recomendada

La Biblioteca de la UOC dispone de una colección de referencias a la LSSICE en "Colecciones digitales/ Referencias/ Actualidad/ LSSI".

En los recursos digitales web de la asignatura encontraréis dos documentos en formato PDF preparados por el CIDEM con el título "LSSI Informe Completo" y "LSSI Guía Práctica".

También podéis consultar la LSSI, el texto completo (con comentarios y actualizaciones), en la dirección siguiente:

<<http://www.lssi.es>>

Ejemplo de página de contacto de la empresa de una web comercial

Empresa de Confección de Auditorías SA
C/ del Peix, 99, 5.º 2.ª
08002 Barcelona
NIF - E5809877565445
Registro mercantil número 2134, página 67, tomo 7878

La ley regula el proceso de contratación de servicios y compra por medios electrónicos. Para ello establece unos requisitos mínimos que se han de cumplir en el diseño de páginas web comerciales.

Otro de los aspectos que cubre la LSSI es la relación comercial electrónica. Se impone la necesidad de solicitar la autorización del usuario para recibir comunicaciones comerciales mediante correo electrónico. Esta autorización puede ser previa a la recepción o, al contrario, en los mensajes debe ofrecerse la posibilidad de solicitar la baja.

Nota

Este aspecto se encuentra desarrollado en la Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones.

El correo comercial no solicitado (*spam*) está prohibido, por lo cual se exige que las empresas mantengan sistemas claros y específicos de baja de las listas de distribución.

1.1. Dominios

Las direcciones de los ordenadores que proporcionan servicios en Internet son actualmente una dirección numérica formada por cuatro grupos de números entre 0 y 255, 8 bits, y separados por puntos (por ejemplo, 213.73.40.47). La utilización de las direcciones así definidas es poco práctico. Por ello aparecen los **nombres de dominio** o simplemente dominios, que comprenden una serie de caracteres separados por puntos que sustituyen la dirección numérica.

Ejemplo

<www.uoc.edu>

Para que sea fácil su memorización, el nombre de dominio contiene referencias al nombre del organismo o empresa que representa y aquí empiezan los conflictos. Éstos se basan principalmente en el registro del nombre por personas ajenas a la entidad legítima, fenómeno que se ha denominado ciberocupación, o en la utilización de nombres que después son utilizados para actividades de tipo fraudulento o delictivo. La LSSICE interviene en este aspecto obligando al registro público de los nombres de dominio de las entidades dentro de su ámbito de aplicación.

1.1.1. Comunicación de los nombres de dominio en los registros públicos

La ley obliga a aquellos prestadores de servicios a que se inscriban en un registro público a facilitar el nombre de dominio que utilicen, tanto si es un dominio propio como si es un nombre de dominio ajeno por medio del cual se ofrecen sus servicios. Con esta medida se pretende dar publicidad a los nombres de dominio utilizados por los prestadores para ofrecer sus productos o servicios en Internet, complementando las bases de datos *whois*, que ofrecen información sobre los datos de los titulares de cualquier nombre de dominio.

WEB

Podemos encontrar *whois* específicos de los dominios de primer nivel en los registros de Internet o NIC de cada país (por ejemplo, <http://www.nic.es>) o en registradores de dominios (por ejemplo, <http://www.nominalia.es>).

Uno de los grandes problemas de las consideraciones legales que estamos apuntando será el del ámbito territorial, ya que la ley es aplicable a las empresas que operan en España, pero sus dominios y páginas pueden hallarse en ordenadores fuera del territorio español, lo que complica enormemente cualquier acción legal. Por ello, es necesario que los usuarios puedan saber dónde se encuentran establecidos los prestadores de servicio para asegurarse de que se les aplicará la ley española y podrán reclamar, si es necesario, ante los tribunales de este país.

Cuando se empezaron a asignar nombres de dominio, aparecieron empresas y personas que los acapararon registrándose como propietarios para una posterior comercialización. En este caso, se pueden distinguir dos opciones:

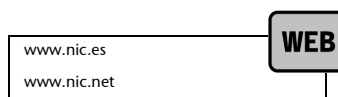
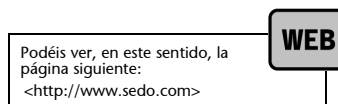
- Registro de nombres de empresas u organismos conocidos (Coca-Cola, El Corte Inglés, etc.) con el objetivo de venderlos a la empresa legítimamente propietaria. En este caso lo que se realiza es crear una página que indique que el nombre está en venta o, sencillamente, ofrecerlo a la empresa que es la propietaria legítima. Si ésta no efectúa una oferta interesante, se procede a forzar la oferta poniendo alguna cosa que dañe su imagen, como por ejemplo, pornografía o información de la competencia.
- Registro de palabras genéricas o toda combinación de tres o cuatro letras disponibles *–learning, aaa, aaaa–*, por ejemplo: `<www.lea.com>`; es decir, tomando las combinaciones posibles de tres o cuatro letras. En este caso, se parte de una página web en el nombre de dominio que indique que está en venta o incluso se crean subastas al mejor postor.

Una situación diferente en el objetivo, pero tecnológicamente idéntica en la realización, es la ciberocupación, con el único objeto de causar un daño en el honor o la imagen del ente, persona física o jurídica, ciberocupado. En general, la motivación de este acto se basa en la revancha, envidia, competencia u oposición ideológica. En general, éstos pueden ser considerados delitos contra el honor y la imagen.

La **ciberocupación** es el registro de un nombre de dominio que pertenece legítimamente a otra entidad con el fin de obtener un beneficio económico, causarle un daño o una combinación de los dos.

Una de las características constantes en la ciberocupación es la no actividad relacionada con aquello que representa el nombre de dominio ciberocupado. Por ejemplo, si se ha ciberocupado la web de un centro comercial, no se ofrece ninguna actividad de compraventa.

En cuanto a los nombres de dominio, se pueden distinguir los TLD (*top level domain*), que pertenecen a un país (.es, .de, .uk, etc.), de los genéricos (.com, .net, .org, .edu, etc.). La diferencia legal reside en quién recibe la solicitud del nombre de dominio y, en consecuencia, con qué normativa se regula. En el primer caso sería es.nic y en el segundo, nic/Internic, en general.



El organismo internacional que regula los nombres de dominio es la ICANN (Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números o Internet Corporation for Assigned Names and Numbers). Este organismo ha creado un procedimiento de arbitraje para resolver los conflictos y las controversias que aparezcan sobre los nombres de dominio. El procedimiento no lo ejecuta la propia ICANN, sino que está franquiciado en diferentes organismos, como la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI/WIPO). La ventaja de que sea un sistema arbitral y no judicial es que es mucho más rápido (se resuelve en unas cuantas semanas) y menos costoso. Existen uno o tres inspectores según se solicite y su resolución es ejecutada inmediatamente por los NIC afectados que dependen de la ICANN, salvo demanda judicial.

www.icann.orgwww.wipo.org**WEB**

Bibliografía sugerida

Podéis ampliar información sobre los dominios en la dirección siguiente:

<www.onnet.es/dominios.htm>