

SUSANA NAVAS NAVARRO I SANDRA CAMACHO CLAVIJO,
MERCADO DIGITAL. PRINCIPIOS Y REGLAS JURÍDICAS, VALÈNCIA,
TIRANT LO BLANCH, 2016, ISBN 978-84-9119-526-9, 436 P.

És una realitat innegable que Internet ha modificat la nostra manera d'interactuar, d'adquirir informació i de facilitar-la i que ha introduït una estructura nova de mercat. No obstant això, tal com el pròleg d'aquest llibre assenyala, els juristes mostrem cert temor davant els canvis tecnològics, principalment a causa del nostre desconeixement. Per això és destacable que aquesta obra, que analitza amb amplitud els principals eixos tecnològics i legals que vertebraven el mercat digital, hagi estat escrita per dues especialistes en dret civil. Les seves autores, Susana Navas Navarro i Sandra Camacho Clavijo, acrediten no només un reconegut coneixement jurídic de la matèria, sinó també una sòlida comprensió de les qüestions tecnològiques.

La lectura d'aquest llibre pot resultar profitosa a qualsevol persona interessada en el nou mercat digital. És una obra útil no només per als advocats i jutges, que s'enfronten amb casos relacionats amb les noves tecnologies, sinó també per als professionals que actuen en el nou mercat digital (empreses de telecomunicacions, proveïdors de continguts digitals, experts en banca i mercats financers en línia, professionals de la documentació i la informació, empreses de cercadors, experts en xarxes socials, empreses especialitzades en publicitat en línia, etc.).

Les autores aborden els problemes legals que plantegen realitats tecnològiques complexes com els *big data*, el *cloud computing*, la intel·ligència ambiental, els serveis dels proveïdors d'accés a Internet (*hosting*, *proxy caching*, *mirror caching*), les tecnologies de les *cookies*, els mercats financers en línia o les noves plataformes de finançament participatiu (*crowdfunding*). Acompanyen la seva exposició de citacions bibliogràfiques d'experts nacionals i internacionals en matèries legals i tecnològiques, i de l'anàlisi de jurisprudència espanyola i comparada. El llibre explica les principals novetats tecnològiques del mercat digital per a fer una anàlisi completa de les qüestions jurídiques fonamentals que planteja i que les autores aborden amb decisió i claredat, encara que es troba a faltar una visió més crítica dels problemes legals que Internet planteja i que estan encara sense resoldre (com ara les infraccions massives de drets de propietat intel·lectual, el monopoli de certs cercadors i els nous negocis en línia basats en publicitat invasiva i en la monetització de dades personals).

Els capítols I, II i III, a càrrec de Susana Navas Navarro, presenten un marcat caràcter expositiu i analitzen qüestions complexes com el concepte d'*Internet de les coses*, els *big data* i la seva regulació, amb especial referència a les dades de caràcter personal. Cal destacar la completa anàlisi tècnica i legal del *cloud computing* que conté

el capítol II. L'autora d'aquests tres primers capítols presenta una visió positiva i auaç de les possibilitats que obren les noves tecnologies a través d'Internet, aposta per la neutralitat a la xarxa i es manifesta a favor de l'*opt-out* com a manera d'exteriorització del consentiment dels usuaris i de l'autoregulació com a sistema d'establiment de certes normes de conducta en el mercat digital.

Els capítols IV, V i VI, escrits per Sandra Camacho Clavijo, se centren en la regulació del comerç electrònic. El capítol IV estudia el règim legal dels prestadors de serveis de la societat de la informació, descriu i tipifica tals prestadors, assenjala les seves obligacions legals i analitza el seu complex règim de responsabilitat. El capítol V analitza les noves normes reguladores de la contractació electrònica, el moment de la perfecció del contracte, l'obligació d'informació precontractual per l'oferent del contracte, les modalitats de pagament i lliurament i l'obligació de donar un justificant de recepció, tot això amb especial atenció a la protecció dels consumidors. Finalment, el capítol VI es dedica a aspectes més formals: la regulació de la signatura electrònica, els sistemes de verificació de la identitat del signatari, i la tipologia i el valor dels nous documents electrònics i les seves diferents varietats (privats, públics i oficials).

Els quatre capítols següents se centren en les novetats relatives als mercats de valors en línia i en el sistema financer a través d'Internet. Els capítols VII i VIII, l'autoria dels quals correspon a Susana Navas Navarro, se centren en l'espinesca qüestió dels diners virtuals (regulat i no regulat) i expliquen els efectes de la informatització del mercat de capitals i les regles del nou mercat en línia borsari. El capítol IX es dedica a les noves plataformes de finançament participatiu col·lectiu a la xarxa, conegut com a *crowdfunding*, que es presenten com una alternativa a les entitats creditícies tradicionals; analitza els diferents tipus de relacions jurídiques i contractes que s'estableixen entre el promotor del *crowdfunding* i les persones que realitzen una aportació dinerària al projecte finançat, i estudia la seva regulació en la Llei 5/2015, de 27 d'abril, de foment del finançament empresarial. El capítol X, redactat per Susana Navas, descriu els nous préstecs i crèdits ràpids en línia i el seu règim legal, amb especial referència a les normes de control de les clàusules d'interessos —remuneratoris i moratoris— i a la recent jurisprudència espanyola sobre aquesta matèria.

El capítol XI, escrit per Susana Navas Navarro, conté una descripció exhaustiva de les *cookies* i la seva relació amb la creació de perfils dels usuaris d'Internet a l'efecte d'aconseguir publicitat personalitzada. Distingeix amb clares explicacions els diferents tipus de *cookies* (*cookies* pròpies, *cookies* de tercers, *flaix cookies*, *zombie cookies*) i analitza el tipus de consentiment que ha d'obtenir-se de l'usuari per al l'enviament de *cookies* al seu ordinador. Destaca els problemes legals que planteja la publicitat en línia (contextual i segmentada) i les pràctiques comercials deslleials en les quals aquest tipus de publicitat en línia està degenerant. La mateixa autora aporta en el capítol XII una visió crítica de la taxa Google o remuneració obligatòria, que l'última reforma de la Llei de propietat intel·lectual ha imposat als «agregadors» de continguts, com Goo-

gle News o Menéame. El llibre es tanca amb unes reflexions finals en el capítol XIII. Es tracta d'una obra que aporta una visió transversal de les principals qüestions jurídiques que planteja el nou mercat digital i que analitza de forma fragmentària la seva incipient regulació, tot i que —com indica el seu propi pròleg— es tracta d'un llibre inacabat, ja que imminents canvis tecnològics i legislatius faran necessària la seva actualització.

M. Asunción Esteve Pardo
Professora agregada de dret civil
Universitat de Barcelona