

Estrategia legal a seguir ante un ataque a mi reputación online corporativa

Hoy en día, la presencia de las empresas en las redes sociales e internet es cada vez mayor. Internet supone un canal de comunicación en el que empresas y usuarios interactúan de manera bidireccional.

A través de los perfiles corporativos, foros y blogs estos usuarios intercambian opiniones sobre los productos y servicios que ofrecen las empresas en la Web 2.0, por lo que se va tejiendo una imagen o identidad digital corporativa que en la mayoría de los casos no depende directamente de las propias empresas, sino de las opiniones generadas por sus clientes.

En este contexto, cuando los comentarios u opiniones sean negativos, se producen efectos directos no sólo en cuanto a las ventas, sino lo que es más grave, en cuanto a la reputación online de la empresa.

¿Qué hacer entonces si la imagen de mi empresa se ve afectada?

La legislación española contempla una serie de medidas, dependiendo de los casos, para que la reputación online de la empresa pueda ser reparada.

En primer lugar ha de señalarse que el Tribunal Constitucional, a través de su doctrina ha hecho atribuible a las empresas el derecho al honor (reputación corporativa), recogido en la Constitución como derecho fundamental.

Por ejemplo, en los casos de informaciones falsas o inexactas publicadas a través de internet, las empresas podrán recurrir a la Ley Orgánica 1/1982, de protección civil derecho al honor, para iniciar un procedimiento civil ordinario en el que se adopten las medidas necesarias para poner fin a esta lesión.

Si dichas informaciones falsas resultasen de mayor gravedad, por ejemplo imputando a la empresa la comisión de un delito, o publicando comentarios que incluyesen insultos o menospreciasen la fama de la empresa, podríamos encauzar la defensa de la reputación corporativa desde el ámbito penal, a través de los delitos de calumnia o injuria.

Asimismo, si estas informaciones fuesen publicadas en medios de comunicación social, se podría acudir a la Ley Orgánica 2/1984, sobre el derecho de rectificación, para publicar una rectificación desmintiendo la información que fuese dañina para la reputación de la empresa.

En los casos de utilizaciones fraudulentas de nombres de dominio en los que se reproduce la marca de la empresa, o los contenidos del sitio web original, también puede resultar afectada la imagen corporativa, puesto que los usuarios podrían llegar a interactuar con un sitio web falso pensando que es el original, causando confusión en el consumidor y explotando la reputación ajena. En estos supuestos habría de recurrirse a la Ley 17/2001, de Marcas y acudir a procedimientos para recuperar o eliminar los nombres de dominio que afecten de una manera negativa a nuestra identidad corporativa.

No obstante, cualquier pauta de actuación que se decida tomar en relación con este tipo de casos en general, habrá de ser considerada con especial cautela, puesto que medidas como la censura de determinados contenidos u ocultamiento de información, pueden dar lugar a un efecto inverso al deseado, multiplicando la publicidad de la información dañina.

Letslaw es una firma de abogados internacional que presta asistencia jurídica empresarial y especializada en derecho digital y propiedad intelectual, así como en derecho de los negocios.

www.letslaw.es

Tf. + 34 91 432 37 72

admin@letslaw.es