

Rafael Oliver Cuello DIRECTOR

Los retos de la Empresa, el Derecho y la Comunicación en el mundo actual

■ Colección **Observatorio de Investigación de ESERP**



JB
BOSCH EDITOR

eserp
BUSINESS &
LAW SCHOOL

En esta primera obra colectiva de la Colección del Observatorio de Investigación de ESERP se analizan las cuestiones más actuales y relevantes de las diversas líneas de investigación del Observatorio, dando difusión a los resultados obtenidos y compartiendo la actividad desarrollada con otros investigadores colaboradores.

El Observatorio desarrolla su actividad en diversas líneas de investigación en el ámbito de las Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas, que se concretan en las áreas de conocimiento de la Empresa, el Derecho, la Publicidad, el Marketing, las Relaciones Públicas y la Criminología. Está formado por investigadores de las sedes de Madrid y Barcelona de ESERP Business & Law School, que participan en grupos y proyectos de investigación, tanto internos como financiados en convocatorias competitivas.

Una de las actividades recientes del Observatorio ha sido la *I Jornada de Investigación en Ciencias Sociales de ESERP*, en la que han participado numerosos investigadores de diversas universidades. Fruto de la celebración de esta Jornada, se publica esta obra colectiva, que aborda los diversos retos que se plantean en los ámbitos de la Empresa, el Derecho y la Comunicación en nuestra sociedad actual.



■ Colección **Observatorio de Investigación de ESERP**

Los retos de la Empresa,
el Derecho y la Comunicación
en el mundo actual

■ Colección **Observatorio de Investigación de ESERP**
Rafael Oliver Cuello | DIRECTOR

Los retos de la Empresa, el Derecho y la Comunicación en el mundo actual

Barcelona
2022



© DICIEMBRE 2022 RAFAEL OLIVER CUELLO (Director)

© DICIEMBRE 2022



Librería Bosch, S.L.

<http://www.jmboscheditor.com>

<http://www.libreriabosch.com>

E-mail: editorial@jmboscheditor.com

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra (www.conlicencia.com; 91 702 19 70 / 93 272 04 45).

ISBN papel: 978-84-19580-10-8

ISBN digital: 978-84-19580-11-5

D.L.: B 23003-2022

Diseño portada y maquetación: CRISTINA PAYÁ  +34 672 661 611

Printed in Spain – Impreso en España

COMITÉ CIENTÍFICO

RAFAEL OLIVER CUELLO, Doctor Acreditado en Derecho.

ANA MARÍA DELGADO GARCÍA, Doctora Acreditada en Derecho.

JOSÉ DANIEL BARQUERO CABRERO, Doctor Acreditado en Ciencias Económicas y Sociales.

BERNAT TIFFON NONIS, Doctor Acreditado en Medicina Legal y Forense.

ALBERT MIRÓ PÉREZ, Doctor Acreditado en Economía.

JOSÉ RODRÍGUEZ TERCEÑO, Doctor Acreditado en Comunicación.

Índice General

Introducción.....	21
Rafael Oliver Cuello	

PARTE 1

LOS RETOS DE LA EMPRESA EN UN ENTORNO INTERNACIONAL Y CAMBIANTE

CAPÍTULO 1

Metaverso: reflexiones más allá de la tecnología.....	27
María Requena Laviña	
1. Introducción.....	27
2. Concepto de metaverso.....	28
2.1. Definiciones de metaverso.....	28
2.2. Situación actual.....	30
3. Aplicaciones del metaverso.....	36
4. Implicaciones del metaverso.....	40
4.1. Aspectos positivos que puede suponer el metaverso.....	40
4.2. Aspectos negativos que puede suponer el metaverso.....	42
5. Conclusiones.....	46
6. Bibliografía.....	47

CAPÍTULO 2

El metaverso. Empresa e inversión.....	51
José Luis Bustelo Gracia	
1. Introducción.....	51
2. ¿Qué es el metaverso?.....	52
3. La arquitectura del metaverso. Empresas desarrolladoras.....	56
4. Inversión en el metaverso.....	59
4.1. Comprar terrenos o parcelas en el metaverso.....	60
4.2. Invertir en criptomonedas.....	60
4.3. Adquirir acciones o activos financieros de empresas arquitectas del metaverso.....	62

4.4. Invertir en y crear NFT	69
5. Conclusiones	72
6. Bibliografía.....	74

CAPÍTULO 3

Nanomimética organizacional: un nuevo modelo de gestión inspirado en lo más pequeño	77
---	----

Marcos Benedicto Córdoba

1. El universo: un socio con billones de años de experiencia.....	77
2. Agenda 2030, economía circular e imitación del universo.....	77
3. Biomimética: imitación de la vida.....	78
4. Nanomimesis: imitación de lo muy pequeño.....	80
5. Nanomimética organizacional.....	83
6. Marco de referencia de una empresa nanomimética	85
7. Características de una empresa nanomimética.....	88
8. Nanomimética, agenda 2030 y economía circular.....	90
9. Bibliografía.....	93

CAPÍTULO 4

Áreas de estudio de un banco central	95
--	----

José Alejandro Fernández Fernández

1. Introducción.....	95
2. Bancos centrales: principales publicaciones.....	95
3. Análisis de los documentos de trabajo del Banco de España	103
4. Conclusiones	110
5. Bibliografía.....	110

CAPÍTULO 5

La posición internacional del sector textil-confección catalán durante el período de crisis internacional y su aprendizaje.....	115
---	-----

Albert Miró Pérez

1. Introducción.....	115
2. Marco teórico.....	120
3. Metodología.....	125
4. Base de datos	129
5. Resultados	130
6. Internacionalización.....	133

7.	Propuestas.....	135
8.	Conclusiones.....	136
9.	Bibliografía.....	137

CAPÍTULO 6

La neguentropía como factor complementario para optimizar recursos en la empresa.....	141
José Ramón Sánchez Galán	

1.	Introducción.....	141
2.	La neguentropía en la empresa.....	143
2.1.	Detectando la Neguentropía desde la Entropía.....	146
2.2.	Aplicando la Neguentropía.....	149
2.3.	La ganancia de información.....	153
3.	Conclusiones.....	155
4.	Fuentes bibliográficas.....	157

PARTE 2

EL IMPACTO DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN EN LA PUBLICIDAD, EL MARKETING Y LAS RELACIONES PÚBLICAS

CAPÍTULO 7

<i>Transmedia storytelling</i> : nuevas oportunidades para la comunicación contemporánea. Reflexiones desde la emoción.....	161
Raquel Crisóstomo Gálvez	

1.	Introducción.....	161
2.	El prosumidor y lo emocional: relación constituyente del transmedia.....	163
3.	Lógica de juego.....	168
4.	Conclusiones: lo ergódico como mecanismo clave transmediático de base emocional.....	170
5.	Bibliografía.....	172

CAPÍTULO 8

La falacia de la verdad: interpretación, argumentación y hermenéutica de la moral.....	177
Soraya Oronoz Rodríguez	

1.	Introducción.....	177
2.	Hermenéutica y verdad: un ejercicio práctico.....	178
3.	Ética y moral.....	185
4.	Ética de mínimos y de máximos	187
5.	Verdad, ética y hermenéutica de la moral	189
	5.1. Interpretación y argumentación.....	190
	5.2. El problema del sentido y la referencia en el lenguaje.....	190
	5.3. Mercantilización de la argumentación: enemigos de Sócrates..	192
	5.4. Mayéutica, ética discursiva y transcultural en el ejercicio del consenso a partir del disenso y el enfoque en el «Nosotros Global».....	192
	5.5. Cuestiones básicas de la ética discursiva y transcultural.....	193
6.	Fundamentos de la metodología Civic-us y del método R.E.D.	195
7.	Propuesta educativa para la formación ético-cívica a través de la hermenéutica y el patrimonio moral con cuentos	197
	7.1. El cuento como elemento del patrimonio moral individual y socio-colectivo.....	198
	7.2. Descripción del experimento.....	199
	7.3. Resultados del experimento	202
8.	Conclusiones	207
9.	Bibliografía.....	208

CAPÍTULO 9

El presidente 45 de los EE.UU., Donald Trump y la persuasión económica y política de los públicos de los que dependía	211
---	-----

José Daniel Barquero Cabrero

1.	Introducción.....	211
2.	Una guerra digital	216
3.	La era de la postverdad	219
4.	Fake news.....	228
5.	La crisis del periodismo.....	229
6.	Las redes sociales, un laboratorio político	234
7.	El arte de la invención.....	238
8.	Bibliografía.....	245

CAPÍTULO 10

De la publicidad comercial promocional a la propaganda: el caso de *Independence Day: Contraataque* (2016)..... 247
 José Rodríguez Terceño

1. Introducción..... 247
 - 1.1. Cine ideológico y propagandístico..... 248
2. El aparato del estado como protagonista secundario..... 249
3. Metodología..... 251
4. Análisis: únete a la defensa espacial de la Tierra..... 253
 - 4.1. Introducción y cierre para los avances de la película: ¡no te metas con la tierra!..... 254
 - 4.2. Anuncio ¡Únete al ESD!..... 255
 - 4.3. Página web JoinESD.com..... 257
 - 4.4. Anuncio para televisión: ¡sé el héroe de alguien!..... 258
 - 4.5. Anuncio para televisión: una fuente de inspiración..... 259
5. Conclusiones..... 260
6. Bibliografía..... 262
7. Anexos..... 263

CAPÍTULO 11

Análisis de las portadas de la revista *Vogue*: desde 1892 a 2022.... 271
 Carmen Bermejo Siller

1. Introducción..... 271
2. Objetivos..... 273
3. La prensa femenina..... 273
4. Metodología..... 278
5. Resultados..... 282
6. Conclusiones..... 289
7. Bibliografía..... 290

PARTE 3

**LAS TRANSFORMACIONES DEL DERECHO
 EN UNA SOCIEDAD GLOBALIZADA**

CAPÍTULO 12

El ejercicio de la capacidad jurídica de las personas con discapacidad.. 295
 Esther Alba Ferré

1.	Introducción: de la incapacidad a la discapacidad	295
2.	La capacidad jurídica y la capacidad de obrar	298
2.1.	La distinción antes de la reforma	298
2.2.	La valoración de la Convención de Derechos de las Personas con Discapacidad	301
2.3.	Opiniones encontradas.....	305
3.	El nuevo ejercicio de la capacidad jurídica ante la discapacidad en la Ley 8/2021: las medidas de apoyo	308
3.1.	Las medidas de apoyo voluntarias	309
3.2.	La medida de apoyo informal: la guarda de hecho	310
3.3.	Las medidas de apoyo judiciales.....	311
4.	Conclusiones	313
5.	Bibliografía.....	315

CAPÍTULO 13

La actuación de los profesionales médicos: alcance de la responsabilidad civil	317
Maria Planas Ballvé	

1.	Introducción.....	317
2.	¿Responsabilidad civil contractual o extracontractual?	317
2.1.	Extensión del daño indemnizable.....	320
2.2.	Prescripción de las acciones	320
2.3.	Pluralidad de responsables.....	321
3.	¿Obligación de medios o de resultado?	323
4.	Responsabilidad subjetiva y objetiva	325
4.1.	El nexo causal.....	325
4.2.	El daño desproporcionado	328
5.	Conclusiones	329
6.	Bibliografía.....	329

CAPÍTULO 14

La sucesión digital.....	331
Tatiana Cucurull Poblet	

1.	Introducción.....	331
2.	Antecedentes de nuestro entorno	334
3.	Sujetos legitimados para la gestión <i>post mortem</i>	339
4.	Incumplimiento del encargo	341

4.1. Remoción	341
4.2. Exigencia de responsabilidad	342
5. Bibliografía.....	344

CAPÍTULO 15

<i>Blockchain</i> y función notarial: del principio de custodia y su conjugación con el entorno digital y la tecnología de registro distribuido	345
Anna Crous Puig	

1. Introducción	345
2. Aproximación al concepto y marco normativo de la tecnología de registro distribuido (<i>blockchain</i>). Evolución y funcionamiento	346
2.1. Del origen y esencia de la tecnología de registro distribuido	346
2.2. Del funcionamiento de la tecnología <i>blockchain</i>	348
3. Aproximación a la figura del notario en nuestro sistema y a la digitalización del notariado español.....	351
3.1. De la figura del Notario y de la contraposición de la tradición latino-germánica de la intervención notarial frente a su concepción anglosajona.....	351
3.2. De la digitalización del sector notarial español.....	354
4. La custodia del documento público notarial original como principio informador de la función notarial. Del «protocolo electrónico» a la propuesta de conjugación de la custodia documental con la tecnología <i>blockchain</i>	356
4.1. De la conservación del documento notarial original y la custodia como principio informador de la función notarial.	356
4.2. De la «matriz electrónica» y su corolario, el «protocolo electrónico», a la conjugación del principio de custodia con la tecnología <i>blockchain</i>	358
5. Bibliografía.....	363

CAPÍTULO 16

Facilidades para el pago de los tributos	367
Ana María Delgado García	

1. Obligaciones fiscales empresariales y crisis económicas.....	367
2. El aplazamiento y fraccionamiento como medidas facilitadoras del pago de los tributos.....	368
3. Deudas aplazables o fraccionables	370

4.	Presupuestos habilitantes de la concesión del aplazamiento y fraccionamiento.....	373
4.1.	La aportación de garantías	374
4.2.	La justificación de las dificultades económico-financieras....	377
5.	Efectos de su concesión y de su denegación	378
6.	Conclusiones	380
7.	Bibliografía.....	381

CAPÍTULO 17

Consecuencias jurídicas del uso de la inteligencia artificial por la Administración tributaria.....	385
---	-----

Rafael Oliver Cuello

1.	Introducción.....	385
2.	Marco normativo de la inteligencia artificial	386
3.	El principio de transparencia	399
4.	El derecho a la privacidad.....	403
5.	El principio de igualdad o no discriminación	410
6.	Conclusiones	413
7.	Bibliografía.....	414

CAPÍTULO 18

La fiscalidad de las <i>e-commerce</i>	417
--	-----

Carla Nogueira Sordo

1.	Introducción.....	417
2.	El comercio electrónico	419
2.1.	Fiscalidad directa: Impuesto de Sociedades.....	420
2.2.	Fiscalidad directa: Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.....	423
2.3.	Fiscalidad indirecta: Impuesto sobre el Valor añadido.....	424
2.3.1.	La aplicación del límite de los 10.000 euros a las ventas a distancia y prestaciones de servicios.....	427
2.3.2.	La ventanilla única del IVA.....	429
3.	Conclusiones: los desafíos fiscales de la economía digital	433
4.	Bibliografía.....	434

CAPÍTULO 19

Información pública de los acuerdos de colaboración social electrónica: Publicidad en los portales de internet y en las sedes electrónicas de las Administraciones tributarias..... 435

Antonio Díaz Galindo

1. Introducción..... 435
2. La información pública sobre los acuerdos de colaboración social electrónica suscritos por las administraciones tributarias 440
 - 2.1. Contenidos 440
 - 2.1.1. Tipología de acuerdos de colaboración social electrónica..... 440
 - 2.1.2. Objeto de los diferentes acuerdos de colaboración social electrónica 439
 - 2.1.3. Personas, entidades y Administraciones Públicas que han suscrito los acuerdos de colaboración social electrónica 442
 - 2.1.4. Personas y entidades que han firmado y presentado el documento individualizado de adhesión a los acuerdos de colaboración social electrónica 442
 - 2.2. Documentos..... 442
 - 2.2.1. Copia o texto íntegro de los acuerdos de colaboración social electrónica firmados..... 442
 - 2.2.2. Documento Individualizado de Adhesión a los acuerdos de colaboración social electrónica 443
 - 2.2.3. Documentos normalizados para otorgar y revocar la representación en el marco de la colaboración social electrónica 443
3. Publicidad de los acuerdos de colaboración social electrónica en los portales de internet y en las sedes electrónicas de las administraciones tributarias 444
 - 3.1. Alcance de la comprobación..... 444
 - 3.2. Consideraciones generales..... 445
 - 3.2.1. Ubicación de las copias o del texto íntegro de los acuerdos de colaboración social electrónica firmados 445
 - 3.2.2. Agrupación de los contenidos y documentos sobre los acuerdos de colaboración social electrónica..... 445

3.2.3. Estructuración de los contenidos y de los documentos sobre los acuerdos de colaboración social electrónica.....	446
3.3. Tipología y objeto de los acuerdos de colaboración social electrónica.....	447
3.3.1. Objeto de los acuerdos de colaboración social electrónica.....	449
3.4. Personas, entidades y Administraciones Públicas que han suscrito los acuerdos de colaboración social electrónica.....	450
3.5. Personas y entidades que han firmado y presentado el documento individualizado de adhesión a los acuerdos de colaboración social electrónica.....	451
3.6. Copia o texto íntegro de los acuerdos de colaboración social electrónica firmados.....	451
3.7. Documento Individualizado de Adhesión a los acuerdos de colaboración social electrónica.....	451
3.8. Documentos normalizados para otorgar y revocar la representación en el marco de la colaboración social electrónica.....	452
4. Conclusiones y propuestas.....	452
5. Bibliografía.....	454

CAPÍTULO 20

Regular el uso de algoritmos en la relación laboral, una necesidad legislativa en el contexto de transparencia de la UE.....	457
Montserrat Solé Truyols	

1. Introducción.....	457
2. El concepto de transparencia en el RGPD: alcance y contenido respecto a la relación laboral.....	462
3. Contenido y objetivos de la transparencia en el Reglamento 2019/1150 usuarios profesionales de servicios de intermediación en línea. ¿Es justificable la diferencia respecto a la relación laboral?.....	466
4. Un concepto diferente de transparencia en la Directiva 2019/1152 sobre condiciones de trabajo transparentes y previsibles.....	468
5. El libro blanco sobre IA y la propuesta de reglamento en materia de ia. Efectos sobre las condiciones de trabajo.....	470
6. Contenido de la información en la legislación española: art. 64.4 ET.....	472
7. IA y relación laboral: necesidad de una regulación específica.....	474

8.	A modo de conclusión	477
9.	Bibliografía.....	478

CAPÍTULO 21

La Corte Internacional de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional y la publicidad de los laudos. La transparencia como instrumento de legitimación del arbitraje comercial internacional ...	483
Misericordia Cavaller Vergés	

1.	Introducción sobre arbitraje en el comercio internacional.....	483
2.	La corte internacional de arbitraje de la cámara de comercio internacional	485
3.	La confidencialidad en los reglamentos de arbitraje de la cámara de comercio internacional.....	486
4.	El concepto de la confidencialidad en el arbitraje internacional y sus límites	488
5.	La confidencialidad en el arbitraje y la salvaguarda del interés público	491
6.	La transparencia en el arbitraje comercial.....	497
7.	Primeros pasos de la corte de arbitraje de la CCI hacia la publicidad	499
8.	El proceso de la publicación de los laudos de la corte internacional de arbitraje la CCI.....	502
9.	Conclusión	507
10.	Bibliografía citada	508

PARTE 4

DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES DE LA CRIMINOLOGÍA EN EL MUNDO ACTUAL

CAPÍTULO 22

Relaciones entre la prueba ilícita y el cine	515
Albert González Jiménez	

1.	Introducción.....	515
2.	Objetivos e hipótesis.....	516
3.	La prueba ilícita	517
3.1.	El origen y la historia de la prueba ilícita. Su relación con el mundo cinematográfico	517

3.2. El concepto de prueba ilícita	520
3.3. La falta de régimen jurídico	522
4. Breve referencia al populismo punitivo	524
5. La criminología visual.....	525
6. Representaciones cinematográficas de la prueba ilícita.....	527
7. Conclusiones	532
8. Bibliografía.....	533

CAPÍTULO 23

Calificación jurídica de una paradójica intencionalidad: de una tentativa de suicidio a una tentativa múltiple de cuatro homicidios frustrados	535
Bernat Tiffon Nonis Jorge González Fernández	

1. Introducción	535
2. El caso	536
3. Discusión.....	540
4. Conclusiones	541
5. Bibliografía.....	542

CAPÍTULO 24

Brujería: el infanticidio enmascarado en la Edad Moderna	543
Roberto Morales Estévez	
1. Introducción	543
2. El infanticidio en la antigüedad y la edad media: realidad y mitología .	544
3. Del mito a la carne: el arquetipo de la bruja infanticida.....	547
4. Conclusiones	555
5. Bibliografía.....	556

■ Rafael Oliver Cuello

Catedrático de Derecho Financiero y Tributario
Director del Observatorio de Investigación
ESERP Business & Law School

Introducción

Esta obra colectiva, dedicada a *Los retos de la Empresa, el Derecho y la Comunicación en el mundo actual*, se enmarca en la actividad del Observatorio de Investigación de ESERP. La investigación, sin duda, constituye una actividad prioritaria en nuestra sociedad, como mecanismo para impulsar el avance y la difusión del conocimiento, contribuyendo, de esta manera, al desarrollo cultural, económico, tecnológico y social de nuestro entorno. Por ello, es esencial la apuesta por la investigación científica de calidad y de repercusión en el ámbito socioeconómico, teniendo en cuenta la necesaria especialización e interdisciplinariedad del profesorado de los centros de enseñanza universitaria.

Para alcanzar este objetivo de promoción de la investigación, el Observatorio facilita al profesorado universitario la dedicación a esta tarea y fomenta la publicación de los resultados en revistas indexadas y en libros y capítulos de libros científicos, así como la presentación de ponencias y comunicaciones en congresos nacionales e internacionales.

En este sentido, el Observatorio desarrolla su actividad en diversas líneas de investigación en el ámbito de las Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas, que se concretan en las áreas de conocimiento de la Empresa, el Derecho, la Publicidad, el Marketing, las Relaciones Públicas y la Criminología. Está formado por investigadores de las sedes de Madrid y Barcelona de ESERP Business & Law School, que participan en grupos y proyectos de investigación, tanto internos como financiados en convocatorias competitivas.

Una de las actividades recientes del Observatorio ha sido la *I Jornada de Investigación en Ciencias Sociales de ESERP*, celebrada en la sede de Barcelona el pasado 28 de noviembre de 2022. En esta Jornada se han analizado las cuestiones más actuales y relevantes de las diversas líneas de investigación

del Observatorio, dando difusión a los resultados obtenidos y compartiendo la actividad desarrollada con otros investigadores colaboradores.

Fruto de la celebración de esta Jornada, se publica esta obra colectiva, que aborda los diversos retos que se plantean en los ámbitos de la Empresa, el Derecho y la Comunicación en nuestra sociedad actual. En concreto, los temas que se estudian en esta obra son los que se detallan a continuación.

En primer lugar, dentro de la línea de investigación *Los retos de la Empresa en un entorno internacional y cambiante*, María Requena analiza el Metaverso, efectuando unas reflexiones más allá de la tecnología. Sobre el mismo tema, José Luis Bustelo dedica su estudio a la Empresa e Inversión en el Metaverso. A continuación, Marcos Benedicto realiza una original e interesante aproximación al ámbito de la Empresa en el capítulo sobre Nanomimética organizacional: un nuevo modelo de gestión inspirado en lo más pequeño. Seguidamente, José Alejandro Fernández aborda las áreas de estudio de un Banco Central y José Ramón Sánchez trata la neguentropía como factor complementario para optimizar recursos en la empresa. Albert Miró finaliza este bloque dedicado a la Empresa con su análisis de la posición internacional del sector textil-confección catalán durante el período de crisis internacional y su aprendizaje.

En segundo lugar, en el marco de la línea de investigación *El impacto de la sociedad de la información en la Publicidad, el Marketing y las Relaciones públicas*, Raquel Crisóstomo estudia el *transmedia storytelling* y las nuevas oportunidades para la comunicación contemporánea. Por su parte, Soraya Oronoz reflexiona sobre la falacia de la verdad: interpretación, argumentación y hermenéutica de la moral. A continuación, José Daniel Barquero analiza la persuasión económica y política de los públicos de los que dependía el Presidente 45 de los EE.UU., Donald Trump. En el siguiente capítulo José Rodríguez aborda el tema de la publicidad comercial promocional a la propaganda: el caso de «Independence Day: contraataque» (2016). Finalmente, Carmen Bermejo contempla el análisis de las portadas de la revista Vogue: desde 1892 a 2022.

En tercer lugar, en la línea de investigación *Las transformaciones del Derecho en una sociedad globalizada*, Esther Alba examina el ejercicio de la capacidad jurídica de las personas con discapacidad. Posteriormente, Maria Planas investiga la actuación de los profesionales médicos y el alcance de la responsabilidad civil. Por otro lado, Tatiana Cucurull en su capítulo dedicado a la sucesión digital se plantea cuál es el destino del patrimonio o activo digital que pertenece a una persona tras su fallecimiento. Ulteriormente, Anna Crous indaga en el

blockchain y la función notarial: del principio de custodia y su conjugación con el entorno digital y la tecnología de registro distribuido. Acto seguido, Ana María Delgado profundiza en el aplazamiento y fraccionamiento de las deudas tributarias como medidas facilitadoras del pago de los impuestos. Después, Rafael Oliver explora las consecuencias jurídicas del uso de la inteligencia artificial por la Administración tributaria. Seguidamente, se trata el tema de la fiscalidad de las *e-commerce* por parte de Carla Nogueira. A continuación, Antonio Díaz se adentra en la información pública de los acuerdos de colaboración social electrónica y la publicidad en los portales de internet y en las sedes electrónicas de las Administraciones tributarias. En el siguiente capítulo, Montserrat Solé dedica su estudio a la regulación del uso de algoritmos en la relación laboral, contemplada como una necesidad legislativa en el contexto de transparencia de la UE. Por último, Misericordia Cavaller analiza la Corte internacional de arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional y la publicidad de los laudos, así como la transparencia como instrumento de legitimación del arbitraje comercial internacional.

Finalmente, dentro de la línea de investigación *Desafíos y oportunidades de la Criminología en el mundo actual*, Albert González estudia las relaciones entre la prueba ilícita y el cine. Por otro lado, Bernat Tiffon y Jorge González abordan la calificación jurídica de una paradójica intencionalidad: de una tentativa de suicidio a una tentativa múltiple de cuatro homicidios frustrados. Y termina este bloque dedicado a la Criminología con el estudio de Roberto Morales en el que examina la brujería y el infanticidio enmascarado en la Edad Moderna.

Parte 1

Los retos de la empresa en un entorno internacional y cambiante

Capítulo 1 **Metaverso: reflexiones más allá de la tecnología**
María Requena Laviña

Capítulo 2 **El Metaverso. Empresa e Inversión**
José Luis Bustelo Gracia

Capítulo 3 **Nanomimética organizacional: un nuevo modelo de gestión inspirado en lo más pequeño**
Marcos Benedicto Córdoba

Capítulo 4 **Áreas de estudio de un Banco Central**
José Alejandro Fernández Fernández

Capítulo 5 **La posición internacional del sector textil-confección catalán durante el período de crisis internacional y su aprendizaje**
Albert Miró Pérez

Capítulo 6 **La neguentropía como factor complementario para optimizar recursos en la empresa**
José Ramón Sánchez Galán

CAPÍTULO 1

Metaverso: reflexiones más allá de la tecnología

1. INTRODUCCIÓN

Que el metaverso ha irrumpido con fuerza es un hecho incontestable. Prueba de ello es que incluso Mark Zuckerberg, fundador y CEO de la popular red social Facebook, le ha cambiado el nombre a ésta por el de Meta, lo que indica su fuerte apuesta por controlar liderar este universo virtual.

Pero el desarrollo de las nuevas tecnologías de información avanza tan rápidamente que ni la ciudadanía en general es capaz de asimilarlo, ni los organismos públicos y privados son capaces de conceptualizar y gestionar todas sus aplicaciones a medida que se producen. Este hecho es comprensible, ya que es difícil conocer bien y establecer normas de funcionamiento de algo que está en continuo cambio.

Son numerosos los artículos, *webinars*, jornadas y comentarios (fundamentalmente en internet) en los que se intenta establecer el concepto de metaverso, explicar su funcionamiento, usos y aplicaciones y se analiza el impacto positivo y negativo que podría tener en la sociedad.

El presente artículo recopila aportaciones de diversas publicaciones para establecer el concepto de metaverso, su situación actual y sus principales aplicaciones. En la última parte se reflexiona sobre los efectos individuales y sociales que el desarrollo y la implementación del metaverso puede tener en diferentes ámbitos, como las relaciones personales, la economía, el desarrollo integral de las personas, la opinión pública, etc. Es decir, en las implicaciones del metaverso, más allá de su posibilidades tecnológicas y de su utilización en los negocios.

2. CONCEPTO DE METAVERSO

La palabra «metaverso» es un acrónimo compuesto por ‘meta’, término de origen griego y que significa «después» o «más allá» y el término ‘verso’ que hace referencia a «universo». Por lo tanto se podría decir que el metaverso es un universo que está más allá del que se conoce en la actualidad, una realidad paralela al mundo actual.

El término metaverso apareció por primera vez en la novela de ciencia ficción del autor estadounidense Snow Crash de Neal Stephenson en 1992. En la novela, los protagonistas utilizan terminales y gafas especiales que les proyectan a una zona virtual en tres dimensiones en la que, representados por avatares, interaccionan entre ellos y con el entorno. Un poco más tarde, en 2003, se lanzó *Second Life*, la primera plataforma multimedia online que permitía a los usuarios crearse un avatar y desarrollar una segunda vida en una comunidad virtual.

No obstante, algunos autores sitúan el origen tecnológico de los mundos virtuales en 1978, cuando Richard Bartle creó MUD, un juego multijugador en tiempo real, considerado en la actualidad el primer ejemplo de mundo virtual¹.

2.1. Definiciones de metaverso

Debido a la novedad del concepto, no existe una definición académica de metaverso, por lo que a continuación se exponen algunas definiciones de diferentes agentes económicos y sociales:

- «El concepto de metaverso se entiende como el espacio colectivo, virtual y compartido creado por la convergencia de la realidad física virtualmente mejorada y el espacio virtual físicamente persistente...²».

1 «¿Qué es el Metaverso y qué aplicaciones tiene?. Un universo virtual con posibilidades ilimitadas», en https://www.repsol.com/es/energia-innovacion/energia-futuro/tecnologia-innovacion/metaverso/index.cshtml?gclid=Cj0KCCQjwidSWBhDdARIsAIoTVb3Ee-tlfP_cle5h-BttNEG9IbUvmSz2I_vLXWsznW_KzP-Ke8PPSUsaAn6tEALw_wcB Última consulta: 20 de julio de 2022.

2 DANS, Enrique: «Definiendo el metaverso como entorno habitual», en <https://www.enriquedans.com/2020/05/definiendo-el-metaverso-como-entorno-habitual.html> Última consulta: 14 de octubre de 2022.

- Un concepto simple del metaverso sería: «un espacio 3D donde se pueden hacer (al menos) las mismas cosas que en la realidad». Una definición más estricta establecida por el inversor Matthew Ball sería: «El metaverso es una red permanente de mundos y simulaciones 3D renderizados en tiempo real que admiten la continuidad de la identidad, los objetos, la historia, los pagos y los derechos, que pueden ser experimentados síncronamente por un número efectivamente ilimitado de usuarios, cada uno con un sentido de individualidad»³.
- «El metaverso es un espacio virtual colectivo, creado por la convergencia de la realidad física y digital virtualmente mejorada, una iteración multisensorial emergente de la web⁴».
- El Banco Santander⁵ establece que el metaverso «es un nuevo ecosistema virtual y tridimensional (3D) en el que los usuarios pueden interactuar entre ellos, trabajar, jugar, estudiar, realizar transacciones económicas, entre muchas otras posibilidades».
- Desde Iberdrola⁶ se apunta que «un metaverso, por tanto, sería un entorno en el que los seres humanos podrían interactuar tanto social como económicamente a través de avatares en el ciberespacio, el cual funciona como un reflejo del mundo real, pero sin las limitaciones físicas de este».

3 «*LIGHTING THE METAVERSE. Understanding the impact in real life*», en https://icemd.esic.edu/eventos/lighting-the-metaverse/?utm_medium=Email&utm_source=ExactTarget&utm_campaign=STREAMMING+-POST+EVENTO+EVENTO+METAVERSO+ICEMD+- Última consulta: 5 de mayo de 2022.

4 «Guía interactiva del metaverso para las empresas», en https://www.incipy.com/guia-interactiva-metaverso/?utm_medium=email&_hsmi=213557620&_hsenc=p2ANqtz-9jwDf-3N1Ad1UIMkIn8vSfdTNEZhqxIX39bfm6dn8p9fuEgE5Gb6OxROiD5bNQ9U5hFrwem2LZJHTJlqnz1UJITPBNJ5g&utm_content=213557620&utm_source=hs_email Última consulta: 19 de julio de 2022.

5 «Metaverso: todo lo que necesitas saber para aprovechar el ‘nuevo mundo’», en <https://www.santander.com/es/stories/metaverso-todo-lo-que-necesitas-saber-para-aprovechar-el-nuevo-mundo> Última consulta: 20 de junio de 2022.

6 «Metaverso, el lugar donde la realidad física y la virtual se dan la mano», en <https://www.iberdrola.com/innovacion/metaverso> Última consulta: 18 de julio de 2022.

- La multinacional Henkel⁷ establece que «el metaverso es una nueva realidad digital en la que un gran número de personas pueden interactuar entre sí a través de avatares en diferentes contextos –ocio, trabajo, relaciones...–».
- La Binance Academy⁸ establece que «el metaverso es un concepto de un universo 3D persistente en línea que combina múltiples espacios virtuales diferentes... El metaverso permitirá a los usuarios trabajar, reunirse, jugar y socializar en estos espacios 3D».
- El metaverso es «un mundo paralelo al real en cuyo interior podrán interactuar las personas entre sí y con el entorno (mover objetos, desplazarse...) y al mismo tiempo, desde el que se podrá interactuar con el mundo real (comprar, trabajar, controlar dispositivos...)»⁹.

2.2. Situación actual

La realidad es que actualmente no hay un solo Metaverso, que un Metaverso único aún tardará en alcanzarse y que es posible que no se llegue a conseguir un único gran Metaverso.

Pero sí existen plataformas¹⁰ que incorporan la tecnología *blockcahin*¹¹, y en los que se puede tener una experiencia de metaverso.

7 «Metaverso, qué es y ejemplos», en <https://www.henkel.es/actualidad/2022-02-24-metaverso-que-es-ejemplos-1618440#:~:text=Ejemplos%20de%20metaverso&text=Asistir%20a%20conciertos%20virtuales%2C%20viajar,revoluci%C3%B3n%20en%20todos%20los%20%C3%A1mbitos> Última consulta: 18 de julio de 2022.

8 ¿Qué es el metaverso?, en https://academy.binance.com/es/articles/what-is-the-metaverse?utm_campaign=googleadsxacademy&utm_source=googleadwords_int&utm_medium=cpc&ref=HDYAHEES&gclid=Cj0KCQjwidSWBhDdARIsAIoTVb1z3eQE4sHhkOvzJuvyyBxxWHCq_0w2dubXquPNQw7knyuUbUVDEkoaAv73EALw_wcB Última consulta: 18 de julio de 2022.

9 URRESTI, Kristina: «¿Qué es el metaverso y por qué Facebook se ha cambiado el nombre?», en <https://www.heraldo.es/noticias/sociedad/2021/11/07/que-es-metaverso-1531209.html> Última consulta: 14 de octubre de 2022.

10 Plataforma: infraestructura digital donde dos o más grupos interactúan. Éstas suelen presentarse como mediadoras poniendo a disposición un espacio virtual al cual ingresamos con códigos de convivencia, fines establecidos, previa suscripción a términos y condiciones y brindando datos referenciales de una realidad no-virtual, como puede ser el nom-