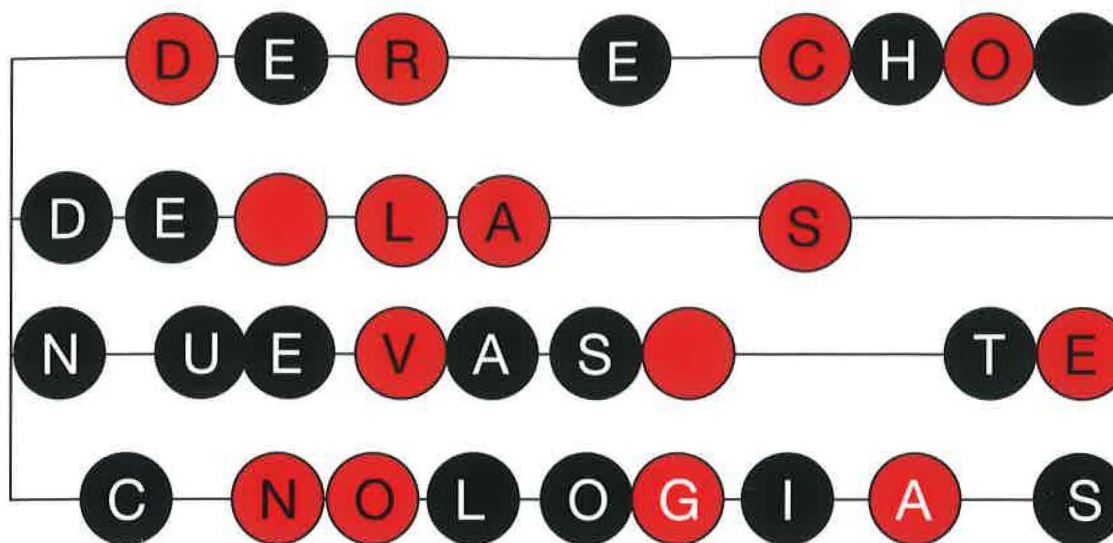




CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA Y PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES —una visión panorámica—

Coordinador:

Leonardo B. Pérez Gallardo

José Antonio CASTILLO PARRILLA
Antonio FLAMINI
Yanixet Milagro FORMENTÍN ZAYAS
Manuela GIOBBI
Lisette HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ
Serafina LAROCCA
Ana María PEREDA MIRABAL

Leonardo B. PÉREZ GALLARDO
Anabel PUENTES GÓMEZ
Juan Francisco RODRÍGUEZ AYUSO
Reinerio RODRÍGUEZ CORRÍA
Lucia RUGGERI
Mauricio TAPIA RODRÍGUEZ
Caridad del Carmen VALDÉS DÍAZ



ÍNDICE

INTROITO , por LEONARDO B. PÉREZ GALLARDO.....	5
LA TUTELA DE LOS DATOS PERSONALES EN LOS CONTRATOS DE LA SOCIEDAD DE INFORMACIÓN , por LUCIA RUGGERI.....	17
1. SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y ACCESO A LA RED. HACIA UN SINGLE DIGITAL MARKET EUROPEO	17
2. NECESIDAD DE UN ENFOQUE METODOLÓGICO ATENTO AL CASO CONCRETO. SITUACIONES CON CARACTERES EXISTENCIALES Y SITUACIONES PATRIMONIALES. COMUNICACIONES COMERCIALES Y NO COMERCIALES	20
3. TIPOLOGÍAS DE DATOS Y DIFERENCIACIÓN DE LAS PROTECCIONES	22
4. LOS CONTRATOS DE ACCESO A LA RED	27
5. LOS SERVICIOS PRESTADOS. EL PROBLEMA DE LA CESIÓN GRATUITA	30
6. LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS PRESTADOS. EL USO DEL <i>SERVICE LEVEL AGREEMENT</i> (SLA).....	39
7. EL <i>DATA PROTECTION SERVICE LEVEL AGREEMENT</i>	43
8. NUEVAS PROSPECTIVAS DE REGLAMENTACIÓN DE LOS DATOS PERSONALES EN EL MERCADO EUROPEO Y MUNDIAL.....	44
REVOCACIÓN DEL CONSENTIMIENTO CONTRACTUAL PARA EL TRATAMIENTO DE DATOS Y EL DERECHO AL OLVIDO , por SERAFINA LARocca.....	51
1. LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN	51
2. LA REVOLUCIÓN DIGITAL Y LA RECOLECCIÓN DE DATOS	54

3. EL CONSENTIMIENTO PARA EL TRATAMIENTO DE LOS DATOS PERSONALES	58
4. DATOS PERSONALES Y EL DERECHO AL OLVIDO	64
MEDIOS ELECTRÓNICOS: FORMACIÓN DEL CONTRATO Y PROTECCIÓN DE LA INTIMIDAD DEL CONSUMIDOR EN CHILE, por MAURICIO TAPIA RODRÍGUEZ	75
1. INTRODUCCIÓN	76
2. CONTRATOS Y MEDIOS ELECTRÓNICOS: UNA EXPANSIÓN EN LOS MEDIOS DE EXPRESIÓN DEL CONSENTIMIENTO...	80
2.1. Formación del consentimiento por medios electrónicos: reglas del Derecho común	81
2.2. Formación del consentimiento por medios electrónicos: reglas de protección al consumidor	85
3. CONTRATO Y MEDIOS ELECTRÓNICOS: UNA EXPANSIÓN EN LAS POSIBILIDADES DE INVASIÓN DE LA PRIVACIDAD	90
3.1. Los medios tecnológicos y la amenaza creciente a la intimidad: una aproximación general	90
3.2. La cuestión de la morosidad de contratos de créditos con consumidores	94
4. CONCLUSIÓN	98
EL IMPULSO NORMATIVO EUROPEO EN EL MARCO DE LA ESTRATEGIA PARA EL MERCADO ÚNICO DIGITAL DE EUROPA Y LOS PRINCIPIOS DE LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA EN ESPAÑA. ESPECIAL REFERENCIA AL CONTRATO PARA EL SUMINISTRO DE CONTENIDOS DIGITALES, por JOSÉ ANTONIO CASTILLO PARRILLA.....	101
1. ALGUNAS IDEAS PREVIAS. LO MEJOR ES ENEMIGO DE LO BUENO.....	101
2. CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA Y CONTRATACIÓN INFORMÁTICA. MEDIOS VS OBJETO	103
3. TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO.....	105
4. LOS PRINCIPIOS DE LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA	107
4.1. Equivalencia funcional y no discriminación de los actos y contratos realizados a través de medios electrónicos.....	108
4.2. Inalteración del Derecho preexistente.....	109
4.3. Neutralidad tecnológica	110
4.4. Buena fe y libertad contractual reforzadas	112
4.5. Libre prestación de servicios de la sociedad de la información	114
5. LA NORMATIVA SOBRE CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA	116
5.1. Textos internacionales y Directivas y Reglamentos de la Unión Europea.....	116

5.2. Normativa española.....	117
5.3. Algunas actuaciones (o inacciones) sorprendentes del Legislador español en materia de contratación electrónica	120
6. LA ESTRATEGIA PARA EL MERCADO ÚNICO DIGITAL DE EUROPA.....	122
6.1. Las propuestas sobre suministro de contenidos digitales y compra en línea	125
7. EL CONTRATO DE SUMINISTRO DE CONTENIDOS DIGITALES Y LOS PRINCIPIOS DE LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA	126

SERVICIOS DE CONFIANZA EN MATERIA DE TRANSACCIONES ELECTRÓNICAS. EL NUEVO REGLAMENTO EUROPEO 910/2014, por JUAN FRANCISCO RODRÍGUEZ AYUSO

1. SEGURIDAD EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO. NORMATIVA EN MATERIA DE IDENTIFICACIÓN ELECTRÓNICA Y SERVICIOS DE CONFIANZA	133
2. IDENTIFICACIÓN Y AUTENTICACIÓN ELECTRÓNICAS	140
2.1. Principio de reconocimiento mutuo.....	140
2.2. Notificación.....	141
2.3. Niveles de seguridad	145
3. SERVICIOS DE CONFIANZA PARA LAS TRANSACCIONES ELECTRÓNICAS EN EL MERCADO INTERIOR.....	146
3.1. Naturaleza	146
3.2. Características	147
3.3. Tipología y efectos jurídicos.....	148
3.3.1. Firma electrónica	149
3.3.2. Sello electrónico	151
3.3.3. Sello de tiempo electrónico.....	153
3.3.4. Servicio de entrega electrónica certificada.....	153
3.3.5. Autenticación de sitios web.....	154
3.4. Prestadores de servicios de confianza	155
4. CONCLUSIONES.....	159
5. BIBLIOGRAFÍA.....	161

LOS VICIOS DEL CONSENTIMIENTO EN LOS CONTRATOS CELEBRADOS POR VÍA ELECTRÓNICA, por LISETTE HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ y REINERIO RODRÍGUEZ CORRÍA.....

1. PRESENTACIÓN.....	163
2. DESARROLLO.....	164
3. EL ERROR.....	165
4. PACTOS EN LA DETERMINACIÓN DEL RIESGO.....	169

5. EL DOLO O FRAUDE	170
6. LA VIOLENCIA Y LA INTIMIDACIÓN.....	172
7. CONCLUSIONES.....	174
 LA GARANTÍA JURÍDICA DE LA FIRMA ELECTRÓNICA. UNA SOLUCIÓN INFORMÁTICA A LOS PROBLEMAS DERIVADOS DE LA GESTIÓN DE INFORMACIÓN, por YANIXET MILAGRO FORMENTÍN ZAYAS	175
1. LA IDENTIFICACIÓN DEL FIRMANTE. ¿DÓNDE ESTÁ LA PIEZA CLAVE?	175
2. EL CERTIFICADO DIGITAL	176
3. LA AUTENTICIDAD DEL MENSAJE. ¿SERÁ POSIBLE?	180
3.1. La tercera parte de confianza: autoridad de certificación y/o entidad de certificación	180
3.2. Referencia a la responsabilidad de las entidades de certificación	187
3.3. Referencia a las entidades de registro	197
4. CONCLUSIONES.....	199
Fuentes doctrinales:.....	201
Fuentes legales	203
Jurisprudencia.....	205
 LA COMPRAVENTA DE OBRAS PLÁSTICAS EN INTERNET. ESPECIAL REFERENCIA A LAS FACULTADES PATRIMONIALES DE SUS AUTORES Y EL DERECHO DE PARTICIPACIÓN EN LAS SUCESIVAS REVENTAS, por ANA MARÍA PEREDA MIRABAL	207
1. BREVE REFERENCIA DOCTRINAL AL CONTRATO DE COMPRAVENTA.....	207
2. LAS CREACIONES VISUALES COMO OBJETO DE PROTECCIÓN DEL DERECHO DE AUTOR. ESPECIAL REFERENCIA A LA OBRA PLÁSTICA	211
2.1. Principales características de las obras plásticas.....	214
2.1.1. La unicidad de la obra plástica. Como característica esencial.....	216
3. BREVE REFERENCIA A LA RELACIÓN ENTRE LAS FACULTADES MORALES Y PATRIMONIALES DE LOS AUTORES DE OBRAS PLÁSTICAS.	218
4. EL LLAMADO <i>DROIT DE SUITE</i> COMO POSIBLE DERECHO DEL VENDEDOR INICIAL EN SUCESIVAS REVENTAS: ORÍGENES, DEFINICIÓN, FUNDAMENTO, NATURALEZA JURÍDICA	227

4.1 Estructura técnico-jurídica del <i>droit de suite</i>	231
5. LA VENTA Y REVENTA DE OBRAS DE ARTES PLÁSTICAS EN LA SOCIEDAD TECNOLÓGICA (INTERNET).....	233
6. CONCLUSIONES.....	241
7. BIBLIOGRAFÍA	242
Libros.....	242
Textos legales	244
INTERCAMBIOS EN LA RED, ¿CONTRATO DE PERMUTA?, por CARIDAD DEL CARMEN VALDÉS DÍAZ	245
1. CONSIDERACIONES PRELIMINARES. LOS CONTRATOS PERFECCIONADOS VÍA ELECTRÓNICA.....	245
2. LA PERMUTA EN INTERNET.....	247
3. LOS LLAMADOS BANCOS DE TIEMPO.....	251
4. PERMUTA Y OBLIGACIONES DE HACER	253
4.1. Intercambio de créditos.....	255
4.2. Intercambio de facultades de uso.....	256
4.3. Intercambios de servicios o cosas por diferentes prestaciones y contratos atípicos.....	258
4.4. Las reglas de la permuta para resolver problemas relativos a la cosa que se intercambia	261
4.5. Las reglas de los contratos de servicios como pautas para resolver problemas relativos a las prestaciones de hacer	262
5. ALGUNAS IDEAS A MANERA DE CONCLUSIONES	265
6. BIBLIOGRAFÍA.....	266
CONTRATACIÓN, REDES SOCIALES Y DERECHO A LA INTIMIDAD: NUEVOS RETOS EN LA ERA DIGITAL, por ANABEL PUENTES GÓMEZ	269
1. REDES SOCIALES EN EL SIGLO XXI. CAMBIOS Y RETOS....	269
1.1. Una mirada en el tiempo. Las redes sociales: historia y características	272
1.2. Derechos inherentes a la personalidad y la era digital. El derecho a la intimidad	274
2. CONTRATACIÓN Y REDES SOCIALES: EL CONTRATO DE ADHESIÓN <i>ON LINE</i>	276
2.1. Responsabilidad jurídica civil. Retos en las redes sociales.....	279
3. NO HEMOS ACABADO.....	282
4. BIBLIOGRAFÍA	283