

## ÍNDICE

<b>INTROITO</b> , por LEONARDO B. PÉREZ GALLARDO.....	5
<b>LA TUTELA DE LOS DATOS PERSONALES EN LOS CONTRATOS DE LA SOCIEDAD DE INFORMACIÓN</b> , 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
<b>REVOCACIÓN DEL CONSENTIMIENTO CONTRACTUAL PARA EL TRATAMIENTO DE DATOS Y EL DERECHO AL OLVIDO</b> , 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
<b>MEDIOS ELECTRÓNICOS: FORMACIÓN DEL CONTRATO Y PROTECCIÓN DE LA INTIMIDAD DEL CONSUMIDOR EN CHILE</b> , 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
<b>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</b> , 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
<b>SERVICIOS DE CONFIANZA EN MATERIA DE TRANSACCIONES ELECTRÓNICAS. EL NUEVO REGLAMENTO EUROPEO 910/2014, por JUAN FRANCISCO RODRÍGUEZ AYUSO .....</b>	<b>133</b>
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
<b>LOS VICIOS DEL CONSENTIMIENTO EN LOS CONTRATOS CELEBRADOS POR VÍA ELECTRÓNICA, por LISETTE HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ y REINERIO RODRÍGUEZ CORRÍA.....</b>	<b>163</b>
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
<b>LA GARANTÍA JURÍDICA DE LA FIRMA ELECTRÓNICA. UNA SOLUCIÓN INFORMÁTICA A LOS PROBLEMAS DERIVADOS DE LA GESTIÓN DE INFORMACIÓN</b> , 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
<b>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</b> , 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
<b>INTERCAMBIOS EN LA RED, ¿CONTRATO DE PERMUTA?,</b> 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
<b>CONTRATACIÓN, REDES SOCIALES Y DERECHO A LA INTIMIDAD: NUEVOS RETOS EN LA ERA DIGITAL,</b> 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

<b>ESTIPULACIÓN DEL CONTRATO Y LA PROTECCIÓN DE LOS DATOS PERSONALES DEL CONSUMIDOR EN EL SUMINISTRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA Y GAS</b> , por ANTONIO FLAMINI...	285
1. DEL MONOPOLIO AL MERCADO LIBRE .....	285
2. LA ESTIPULACIÓN DE LOS CONTRATOS DE SUMINISTRO..	287
3. LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES EN LOS CONTRATOS A DISTANCIA .....	290
4. MODALIDADES DE ESTIPULACIÓN DE CONTRATOS DE SUMINISTRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA Y GAS.....	292
5. LAS INCOHERENCIAS DE LA PRÁCTICA.....	294
6. EL <i>BUSINESS</i> DE LOS DATOS PERSONALES .....	296
7. PRONUNCIACIONES DE LA AUTORIDAD GARANTE RESPECTO AL CONSENSO DEL USO DE DATOS.....	301
8. LAS CONSECUENCIAS DE LOS TRATAMIENTOS ILÍCITOS DE LOS DATOS PERSONALES .....	303
<b>HOME BANKING Y TUTELA DE LOS DATOS PERSONALES</b> , por MANUELA GIOBBI .....	309
1. PRÓLOGO .....	309
2. <i>HOME BANKING</i> Y DATOS PERSONALES. TRATAMIENTO DE LOS DATOS EN EL SISTEMA BANCARIO. LOS DATOS PERSONALES DE «TIPO ECONÓMICO» .....	311
3. CIRCULACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y RASTREO DE LAS OPERACIONES EN EL ÁMBITO BANCARIO.....	314
4. LA PROTECCIÓN DE LOS DATOS PERSONALES. IDONEIDAD DE LAS MEDIDAS DE TUTELA EN EL ACCESO A LOS SISTEMAS TELEMÁTICOS PARA LAS OPERACIONES BANCARIAS <i>ON LINE</i> .....	316
5. CÓDIGOS IDENTIFICATIVOS Y CAPTACIÓN DE LAS CREDITICIAS INFORMÁTICAS. TUTELA DEL CLIENTE. DILIGENCIA DEL OPERADOR BANCARIO E IMPUTABILIDAD DEL DAÑO. LA POSICIÓN DEL ARBITRO BANCARIO FINANCIERO Y DE LA JURISPRUDENCIA .....	317
6. SEÑALACIÓN, ANULACIÓN Y ACCESO A LOS DATOS.....	322
7. DATOS PERSONALES Y CLASIFICACIÓN. PERFILES DE TUTELA.....	325