



ÍNDICE

TOMO II

CAPÍTULO XVI

VÍAS COMUNES DE CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA

I. Páginas web	1
I.1. El apartado técnico de las páginas web	3
I.2. Registros de dominio en Argentina	3
I.3. Páginas web y código HTML	6
I.4. Contratación electrónica	6
I.5. La cuestión probatoria	9
I.5.1. Algunas nociones básicas sobre las direcciones IP y su relación con sitios web	10
I.5.2. Consignación de datos en la demanda	13
I.5.3. Prueba documental	14
I.5.3.1. Capturas de pantalla	15
I.5.3.2. Acta notarial	16
I.5.3.3. El documento electrónico	20
I.5.3.3.1. El código fuente de la página web	20
I.5.3.3.2. Terceros de confianza	22
I.5.3.4. Documentación en poder de la demanda	24
I.5.3.4.1. Reconocimiento judicial	25
I.5.3.4.2. Prueba testimonial	26
I.5.3.4.3. Prueba de informes	27
I.5.3.5. Oficio al administrador del sitio web	28
I.5.3.6. Oficio al servicio de <i>hosting</i>	28
I.5.3.7. Oficio a NIC Argentina	28
I.5.3.8. Oficio a proveedores de correo electrónico	29
I.5.3.9. Oficio de informes a las compañías de telefonía	30
I.5.3.9.1. Prueba pericial informática	30
II. EDI (o intercambio electrónico de datos)	34
II.1. Contratación electrónica	37
III. Correos electrónicos	39
III.1. Introducción	39
III.2. Autoría e identificación de partes	41
III.2.1. Generación y denominación de casillas de correo electrónico	41
III.2.2. Sobre la firma electrónica	43
III.2.3. Correos electrónicos e IP	46
III.3. Funcionamiento del correo electrónico	47
III.3.1. Protocolos y agentes de correo electrónico	48
III.3.1.1. SMTP - Protocolo simple de transferencia de correo	48
III.3.1.2. MUA o <i>Mail User Agent</i>	48
III.3.1.3. MTA o <i>Mail Transfer Agent</i>	48
III.3.1.4. MDA o <i>Mail Delivery Agent</i>	49
III.3.1.5. El protocolo POP3 (<i>Post Office Protocol - Protocolo de Oficina de Correo</i>)	50
III.3.1.6. El protocolo IMAP (<i>Internet Message Access Protocol o Protocolo de Acceso a Mensajes de Internet</i>)	50

III.3.2. Servidores y acceso a plataformas de correo	51
III.3.2.1. Proveedores de correos electrónicos	52
III.3.2.1.1. Servidores generales	52
III.3.2.1.2. Servidores corporativos	52
III.3.2.1.3. Servidores web	53
III.3.2.2. Tipos de acceso a cuentas de correo electrónico	53
III.3.2.2.1. Clientes de correo electrónico (o <i>Mail User Agent</i> - MUA)	54
III.3.2.2.2. Webmail	54
III.4. Contenido y composición de un correo electrónico	55
III.4.1. El encabezado (o <i>header</i>) de los correos electrónicos	56
III.4.2. El cuerpo del mensaje (o <i>body</i>)	56
III.5. Encuadre normativo	57
III.5.1. Correspondencia y correos electrónicos	57
III.5.2. Naturaleza jurídica de los <i>mails</i> . Valor probatorio	59
III.5.2.1. Jurisprudencia relacionada	61
III.5.3. Privacidad y confidencialidad de estos intercambios	66
III.6. Contratación electrónica	69
III.6.1. Nuevamente sobre el perfeccionamiento	70
III.6.2. Jurisprudencia aplicada. Fallo "E-Corp SA"	75
III.7. La cuestión probatoria	77
III.7.1. Consignación de datos en la demanda	77
III.7.2. Prueba documental	80
III.7.2.1. Capturas de pantalla	80
III.7.2.2. Acta notarial	81
III.7.2.3. El documento electrónico	84
III.7.2.3.1. El código fuente del correo electrónico	84
III.7.2.3.2. Terceros de confianza	86
III.7.2.4. Documentación en poder de la demanda	88
III.7.3. Reconocimiento judicial	91
III.7.4. Prueba testimonial	91
III.7.5. Prueba de informes	92
III.7.5.1. Terceros proveedores de correo electrónico masivos y gratuitos	93
III.7.5.2. Terceros proveedores de correos electrónicos empresariales o personales	94
III.7.5.3. Oficio al servicio de <i>hosting</i> de la página web desde la que emerge el dominio del mail	95
III.7.6. Prueba pericial informática	96
III.7.6.1: La práctica pericial	97
III.7.6.2. Integridad de los correos electrónicos	99
III.7.6.3. Puntos de pericia	100
III.7.6.4. Jurisprudencia	105
III.7.7. Estrategia procesal	107
III.7.7.1. Prueba anticipada	107
III.7.7.2. Peligro en la demora	109
III.7.8. Valoración de la prueba electrónica sobre <i>mails</i>	111
IV. WhatsApp	113
IV.1. Introducción	113
IV.2. La aplicación WhatsApp y sus características	113
IV.3. Seguridad de la plataforma	114
IV.3.1. El cifrado de extremo a extremo de mensajes vía WhatsApp	114
IV.4. Autoría e identificación de partes	116
IV.4.1. Firma electrónica y mensajes de WhatsApp	116
IV.5. Encuadre normativo	117

IV.6. Contratación electrónica	118
IV.6.1. Sobre el perfeccionamiento	119
IV.6.2. Jurisprudencia aplicada. El fallo "Llopart"	120
IV.7. La cuestión probatoria	121
IV.7.1. Comunicaciones vía WhatsApp como fuente de prueba	124
IV.7.2. Consignación de datos en la demanda	125
IV.7.3. Prueba documental	126
IV.7.3.1. Capturas de pantalla	126
IV.7.3.2. El documento electrónico	128
IV.7.3.3. Acta notarial	129
IV.7.3.4. Aportar el dispositivo donde se encuentra el intercambio comunicacional. Estrategia procesal	132
IV.7.3.5. Documentación en poder de la demanda	133
IV.7.4. Reconocimiento judicial	135
IV.7.5. Prueba testimonial	136
IV.7.6. Prueba de informes	137
IV.7.6.1. Carta rogatoria internacional a WhatsApp Inc.	137
IV.7.6.2. Oficio de informes a las compañías de telefonía móvil local	139
IV.7.7. Prueba pericial informática	140
IV.7.7.1. Los mensajes de WhatsApp como prueba indiciaria. El principio de libertad probatoria	144
IV.7.7.2. Carga probatoria e impugnación	145
IV.7.7.3. Falsedad y manipulaciones de los mensajes vía WhatsApp	146
IV.7.7.4. Valoración de la prueba informática en el caso de mensajes por WhatsApp	147

CAPÍTULO XVII MEDIOS DE PAGOS ELECTRÓNICOS

I. Introducción	151
II. El pago electrónico	153
III. Los medios de pagos electrónicos	154
III.1. Conceptualizaciones	154
III.2. Características	154
III. 3. Sistema de pagos electrónicos	155
IV. El dinero electrónico	156
IV.1. Conceptualizaciones	156
IV.2. Características	157
V. Las billeteras virtuales	158
V.1. Conceptualizaciones	158
V.2. Apps más utilizadas	159
V.2.1. Mercado Pago	159
V.2.2. Ualá	160
V.2.3. Pim	161
VI. La desmaterialización del cheque, la letra de cambio y el pagaré	162
VI.1. Antecedentes	162
VI.2. La recepción cambiaria de la firma electrónica	165
VI.3. Depósito electrónico de cheques y cheque electrónico (echeq)	167
VI.3.1. Noción preliminar	167
VI.3.2. Depósito electrónico de cheques	168
VI.3.2.1. Conceptualizaciones	168
VI.3.2.2. Reglamentación (comunicación "A" 6071 y 6112)	169
VI.4. El cheque electrónico (echeq)	171
VI.4.1. Conceptualizaciones	171
VI.4.2. Ventajas	171
VI.4.3. Reglamentación (comunicaciones "A" 6578, 6725, 6726, 6727 y 6904)	172

VI.4.4. Operatoria	174
VI.4.5. Libramiento, endoso y aval	175
VI.4.6. Adulteración o emisión apócrifa	178
VI.4.7. Presentación al cobro	179
VI.4.8. Certificado para el inicio de acciones judiciales	180
VI.5. Letra de cambio electrónica	183
VI.5.1. Conceptualizaciones	183
VI.5.2. Libramiento, endoso, aceptación y aval	184
VI.6. Vale o pagaré electrónico	184
VI.6.1. Conceptualizaciones	184
VI.6.2. Libramiento, endoso y aval	185
VII. La modalidad de pago electrónico con código QR	186
VII.1. Conceptualizaciones	186
VII.2. Características	187
VII.3. Reglamentación (comunicación "A" 6425 BCRA)	189
VIII. Monedas virtuales o criptomonedas	190

CAPÍTULO XVIII

LOS TERCEROS DE CONFIANZA EN LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA

I. Introducción	193
II. Tercero de confianza. Su utilidad en el caso de la contratación electrónica	194
III. El contrato electrónico celebrado bajo la órbita del tercero de confianza. Emanación y prueba	196
IV. Acompañamiento como medio probatorio en un proceso judicial	200
V. Conclusiones	202

CAPÍTULO XIX

EL COMERCIO ELECTRÓNICO

I. Introducción	205
II. Antecedentes históricos	207
III. El auge del comercio electrónico en nuestro país	209
III.1. Situación actual	209
III.2. La Cámara Argentina de Comercio Electrónico	210
III.3. <i>Cyber Monday</i>	211
III.4. <i>Hot Sale</i>	212
IV. Concepto de comercio electrónico	212
V. El carácter mercantil del comercio electrónico	215
VI. Marco regulatorio especial	215
VI.1. Aclaraciones preliminares	215
VI.2. Res. 37/2019 del Mercosur (protección al consumidor en el comercio electrónico)	216
VI.3. La Ley Modelo sobre Comercio Electrónico de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI)	218
VI.4. Directiva 2000/31 del Parlamento Europeo y del Consejo	219
VI.5. Las Directrices de Naciones Unidas	221
VI.6. Necesidad e importancia de una mayor regulación	222
VII. Las plataformas de <i>e-commerce</i>	223

CAPÍTULO XX
CONTRATOS ELECTRÓNICOS DE CONSUMO

I. Introducción	227
II. Nociones generales sobre el consumidor electrónico	228
II.1. Concepto	228
II.2. Características	230
II.2.1. Vulnerabilidad e hipervulnerabilidad	230
II.2.2. Acentuación de la información	232
II.2.3. Internacionalización del consumo	232
III. El proveedor virtual de bienes y servicios	234
IV. El contrato de consumo	237
V. Marco legal	238
V.1. La protección constitucional del consumo	238
V.1.1. Los arts. 42 y 43 CN	238
V.1.2. Los derechos tutelados.	239
V.1.3. El reconocimiento a las asociaciones de consumidores y usuarios	242
V.2. El consumo en los tratados internacionales	242
V.3. El Código Civil y Comercial (ley 26.994)	243
V.4. La Ley de Defensa del Consumidor (ley 24.240)	245
V.5. La importancia de garantizar la lealtad comercial y la defensa de competencia en las relaciones de consumo	247
V.6. El derecho del consumo en el Mercosur	250
V.6.1. Noción preliminar	250
V.6.2. Res. 21/2004 (Derecho a la información del consumidor en las transacciones comerciales efectuadas a través de internet)	251
V.6.3. Res. 45/2006 (publicidad engañosa)	252
V.6.4. Res. 36/2019 (principios fundantes)	253
V.6.5. Res. 37/2019 (protección al consumidor en el comercio electrónico)	255
V.7. Las directrices de Naciones Unidas	256
VI. La oferta electrónica de bienes y servicios	256
VI.1. La oferta a consumidores indeterminados	256
VI.2. Características de la oferta electrónica	258
VI.3. La publicidad en la red	260
VI.3.1. La publicidad y contrato	260
VI.3.2. Distinción entre publicidad y oferta	262
VI.3.3. Particularidades en la red	263
VI.3.4. Publicidad prohibida	265
VI.3.4.1. Engañosa	265
VI.3.4.2. Comparativa	266
VI.3.4.3. Abusiva	268
VI.4. Retracción o revocación de la oferta electrónica	269
VI.5. Errores en la oferta electrónica	271
VII. El consentimiento electrónico del consumidor	271
VII.1. El consentimiento del consumidor	271
VII.2. Consumidor y <i>click wrap agreement</i>	273
VII.3. Revocación de la aceptación	275
VIII. El derecho a la información	280
IX. Jurisdicción y ley aplicable	284
IX.1. Contratos de consumo nacionales e internacionales	284
IX.2. Jurisdicción	286
IX.2.1. Noción preliminar	286
IX.2.2. Respecto al consumidor actor	289

IX.2.2.1. Del lugar de celebración del contrato	289
IX.2.2.2. Del cumplimiento de la prestación de servicio. De la entrega de bienes. Del cumplimiento de la obligación de garantía	294
IX.2.2.3. Del domicilio del demandado	295
IX.2.2.4. Del lugar donde el consumidor realiza actos necesarios para la celebración del contrato	297
IX.2.2.5. Estado donde el demandado tiene sucursal, agencia o cualquier otra forma de representación comercial	298
IX.2.3. Respecto al consumidor demandado	299
IX.2.3.1. La prohibición de la prórroga de jurisdicción en la contratación B2C	299
IX.3. Ley aplicable	301

CAPÍTULO XXI PLATAFORMAS DE COMPRAVENTA

I. Introducción. Los sistemas expertos	303
II. Acerca de la figura del intermediario	304
III. La plataforma Mercado Libre	306
IV. El contrato con Mercado Libre	308
IV.1. Obligaciones del usuario comprador	309
IV.2. Obligaciones del usuario vendedor	310
IV.3. Sobre las tarifas y facturación	310
IV.4. Indemnidad de la plataforma	310
IV.5. Jurisdicción y ley aplicable	312
V. Responsabilidad. Análisis jurisprudencial	313
V.1. Fallo "Belén Rodríguez"	314
QR con información complementaria	316
V.2. Fallo "Claps"	316
QR con información complementaria	318
V.3. Fallo "Mercado Libre SRL c. Dirección de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial"	318
QR con información complementaria	320
V.3.1. La conexidad contractual	321
V.4. Fallo "Rosten"	322
QR con información complementaria	326
V.5. Fallo "Ferraro"	326
QR con información complementaria	328
VI. El deber de informar. Análisis jurisprudencial	328
VI.1. Fallo "Mercado Libre SRL c. Dirección General de Defensa y Protección al Consumidor"	329
VI.1.1. Los hechos	329
VI.1.2. La normativa aplicable	330
VI.1.3. Lo resuelto en el fallo	331
VI.1.4. Conclusiones	333
QR con información complementaria	334

CAPÍTULO XXII REDES SOCIALES Y CONTRATOS ELECTRÓNICOS

I. Características propias de las redes sociales	337
II. La plataforma Facebook	338
II.1. Funcionamiento de la red social Facebook	339
II.2. Firma electrónica y el contrato de adhesión con Facebook	340
II.3. Interacciones entre los usuarios. Listado enunciativo	341
II.3.1. Actualización de estados de Facebook (publicaciones)	341
II.3.2. Comentarios	342
II.3.3. Menciones	342

II.3.4. Reacciones	342
II.3.5. <i>Hashtags</i>	343
II.3.6. Grupos de Facebook	343
II.3.7. <i>Fan pages</i>	343
II.3.8. <i>Messenger</i> (intercambios comunicaciones vía mensajería instantánea)	344
II.4. El contrato de adhesión celebrado por el usuario de la plataforma	344
II.4.1. Marco	344
II.4.2. Generación de cuentas	345
II.4.3. Obligaciones del usuario de la plataforma	346
II.4.4. Propiedad del contenido vertido	348
II.4.5. Datos personales y publicidad	348
II.4.6. Eliminación de contenido de forma voluntaria por el usuario	349
II.4.7. Uso inapropiado de la plataforma	349
II.4.8. Propiedad intelectual	350
II.4.9. Suspensión o eliminación de cuentas de usuario	350
II.4.10. Modificación unilateral	350
II.4.11. Indemnidad	351
II.4.12. Ley aplicable y jurisdicción	351
III. La plataforma Twitter	352
III.1. Firma electrónica y el contrato de adhesión con Twitter	352
III.2. Interacciones entre los usuarios. Listado enunciativo	353
III.2.1. Tweets	353
III.2.2. Seguidores (<i>followers</i>)	354
III.2.3. Página de inicio o <i>feed</i>	354
III.2.4. Respuestas	354
III.2.5. Menciones	354
III.2.6. Reacciones	354
III.2.7. <i>Hashtags</i>	355
III.2.8. <i>Retweets</i>	355
III.2.9. Intercambios comunicaciones vía mensajería instantánea	355
III.3. El contrato de adhesión celebrado con el usuario de la plataforma	355
III.3.1. Marco	355
III.3.2. Generación de cuentas	356
III.3.3. Propiedad intelectual	356
III.3.4. Uso indebido de la plataforma	357
III.3.5. Suspensión o eliminación de cuentas	358
III.3.6. Modificación unilateral	358
III.3.7. Indemnidad	359
III.3.8. Ley aplicable y jurisdicción	360
IV. La plataforma Instagram	360
IV.1. Introducción	360
IV.2. Interacciones entre los usuarios. Listado enunciativo	361
IV.2.1. Publicaciones	361
IV.2.2. Seguidores (<i>followers</i>)	361
IV.2.3. Página de inicio o <i>feed</i>	361
IV.2.4. Comentarios	362
IV.2.5. Menciones	362
IV.2.6. Reacciones	362
IV.2.7. <i>Hashtags</i>	362
IV.2.8. Intercambios comunicaciones vía mensajería instantánea	362
IV.3. El contrato de adhesión celebrado con el usuario de la plataforma	363
IV.3.1. Marco	363
IV.3.2. Generación de cuentas	363
IV.3.3. Uso indebido de la plataforma	364
IV.3.4. Propiedad intelectual	364

IV.3.5. Publicidad	365
IV.3.6. Suspensión o eliminación de cuentas	365
IV.3.7. Modificación unilateral	365
IV.3.8. Indemnidad	366
IV.3.9. Ley aplicable y jurisdicción	366

CAPÍTULO XXIII
BLOCKCHAIN Y CONTRATOS LEGALES INTELIGENTES
(SMART LEGAL CONTRACTS)

I. <i>Blockchain</i>	367
I.1. Clasificación	370
I.2. Funcionamiento específico de la <i>blockchain</i> de Bitcoin	372
I.2.1. Bitcoin	372
I.2.2. Características de la <i>blockchain</i> de Bitcoin	373
I.2.3. De <i>hashes</i> y nodos	374
I.2.4. Aplicación de los consensos en la <i>blockchain</i>	377
I.2.5. Incorporación de archivos a la <i>blockchain</i> de Bitcoin. Problemáticas y soluciones	378
I.3. Funcionamiento específico de Ethereum	380
I.3.1. Descripción	380
I.3.2. <i>Ethereum Virtual Machine</i>	381
I.3.3. Tipos de cuentas y direcciones	382
II. <i>Smart legal contracts</i> o contratos legales inteligentes	382
II.1. Introducción	382
II.2. Su relación con la <i>blockchain</i> y criptomonedas	386
II.3. Funcionamiento	388
II.3.1. Integración de tercero de confianza u oráculos	389
II.4. Marco normativo	391
II.4.1. Celebración	392
II.4.2. Forma	393
II.4.3. Ejecución y cumplimiento	394
II.4.4. Prueba	395
II.4.5. Conclusiones sobre este acápite	396

CAPÍTULO XXIV
ANEXO NORMATIVO

Ley 25.506 de Firma Digital	397
Ley 27.446. Simplificación y desburocratización de la administración pública nacional	415
Ley 27.449. Ley de Arbitraje Comercial Internacional	421
Decreto 182/2019. Ley 25.506. Reglamentación	449
Decreto 892/2017. Firma digital remota	473
Ley Modelo de la CNUDMI sobre las Firmas Electrónicas	479
Ley Modelo de la CNUDMI sobre comercio electrónico	487
Convención de Naciones Unidas Comunicaciones Electrónicas en Contratos Internacionales (no aprobada por Argentina)	499
Resolución 36/2019 Mercosur (Principios fundamentales)	513
Resolución 37/2019 Mercosur (Protección al Consumidor en el Comercio Electrónico)	517