

ÍNDICE SUMARIO

ÍNDICE GENERAL	7
AUTORES	9

CAPÍTULO INTRODUCTORIO LA DISRUPCIÓN DIGITAL Y SUS IMPACTOS

por CELIA WEINGARTEN

1. Introducción	13
2. De la primera a la cuarta revolución industrial y los desafíos de la inteligencia artificial	14
3. Economía del comportamiento y toma de decisiones en el entorno digital	17
4. Una nueva desigualdad: Los excluidos digitales	20
5. Protección de la privacidad y de los datos personales	22
6. La comercialización de bienes y servicios a través de plataformas digitales	24
7. Reconfiguración del mercado del trabajo y de los vínculos laborales	26
8. La tecnología aplicada al campo de la medicina	28
9. La tecnología y el cuidado del medio ambiente	30
10. Conclusiones	32

CAPÍTULO I

**LOS PRODUCTOS GENERADOS POR LAS NUEVAS
TECNOLOGÍAS. ROBOTS Y VEHÍCULOS AUTÓNOMOS**

por JUAN MANUEL OTTATI PAZ

1. Introducción	35
2. El “prosumidor”	36
2.1. Criterio amplio de la definición de consumidor: ¿Incluye el prosumo?.....	38
2.2. Los antiguos “nuevos productos”: Lecciones aprendidas en el siglo XX. Del radio a las plataformas digitales.....	41
3. Las plataformas digitales como actividad riesgosa	42
4. Robotización y automatización de procesos.....	45
4.1. Ética y cumplimiento normativo en las decisiones adoptadas por algoritmos.....	47
5. Neurociencias y Derecho	49
6. Conclusiones	50

CAPÍTULO II

**PRINCIPIOS PROTECTORIOS EN LOS
ENTORNOS DIGITALES. CONSUMIDORES
VULNERADOS E HIPERVULNERADOS**

por GRACIELA ISABEL LOVECE

1. Introducción	53
2. Los derechos humanos y los consumidores y usuarios.....	55
3. Los consumidores vulnerables o vulnerados, hipervulnerables o hipervulnerados.....	58
4. El Derecho Internacional y las causales de hipervulneración.....	59
5. La recepción en el ámbito regional.....	61
6. La hipervulneración en la regulación local	63
7. Los entornos digitales y los principios generales del Derecho.....	67
7.1. La prevención y la limitación del daño	69
7.2. La buena fe y los valores circunstanciados	70

7.3. El ejercicio regular de los derechos	71
7.4. Los principios interpretativos de la relación de consumo digital.....	72
7.5. La información y su efecto reequilibrante.....	72
7.6. El resguardo de la seguridad.....	73
7.7. Los principios de confianza, apariencia y no contradicción de los propios actos.....	74
8. Conclusión.....	75

CAPÍTULO III

REDES SOCIALES. FUNCIONAMIENTO Y MARCO NORMATIVO APLICABLE

por JUAN MANUEL OTTATI PAZ

1. Introducción	77
2. Impactos de las redes sociales en Internet	79
2.1. Impactos generales y antecedentes	79
2.1.1. Grados de separación online. Las personas están muy cerca	80
2.1.2. El Proyecto Microsoft Messenger (2008)	81
2.1.3. ¿Qué tan separados estamos en las redes sociales? ¿Y cómo LinkedIn utiliza los grados de separación?.....	82
2.1.4. ¿Qué estás pensando?...	83
2.2. Impactos en la salud	85
2.2.1. Estrés	85
2.2.2. Humor	86
2.2.3. Ansiedad	86
2.2.4. Depresión.....	86
2.2.5. Sueño	87
2.2.6. Adicción.....	88
2.2.7. Otros impactos en la salud: autoestima, bienestar, relaciones, envidia y soledad	89
2.3. Impactos socioeconómicos. Análisis económico del Derecho.....	91

3. ¿Qué son pragmáticamente las redes sociales?	
Antecedentes. De la Web 1.0 a la 4.0	
(implicancias de la Web 2.0).....	94
4. Marco normativo aplicable	96
4.1. Las redes sociales en el tratamiento	
del Código Civil y Comercial.....	96
4.2. Proyecto de ley “Programa de educación en el	
uso de redes sociales para niños y adolescentes”	98
4.3. Proyecto de ley “Defensoría Pública en	
Redes Sociales de Contenidos Digitales”.....	100
4.4. La regulación de las redes sociales	
en el Derecho Comparado.....	100
5. La relación de consumo en redes sociales	101
5.1. Aplicaciones a las redes de usuarios: consumidores.....	101
5.2. Cuestiones de defensa de la competencia	
en materia de redes sociales	104
5.3. La seguridad es esencial en el servicio	
de relaciones a través de plataformas	
de redes sociales virtuales	105
5.4. La información y la omisión o tergiversación	
de datos como fractura de la confianza	108
5.5. ¿Competencia federal u ordinaria para	
entender los daños? Impactos e implicancias	111
5.6. No poseer domicilio en la República.	
El caso “Facebook” (hoy Meta)	113
6. Conclusiones	114

CAPÍTULO IV

EL IMPACTO DE LAS REDES EN LAS DECISIONES DE LAS PERSONAS. LA CONFIANZA GENERADA POR LOS INFLUENCIADORES DE INTERNET

por JUAN MANUEL OTTATI PAZ

1. Introducción	119
-----------------------	-----

2. <i>Influencia</i> : nuevos generadores de “confianza”	121
2.1. El principio esencial e imprescindible de la confianza en las relaciones a través de las redes y las plataformas digitales	121
2.2. El influenciador o <i>influencer</i> como generador de “confianza”	124
2.3. Las nuevas estrellas: “Pertenencia a una plataforma y a la multiplataforma”	125
3. Marcas: los proveedores y los influenciadores. La responsabilidad.	128
4. Marco normativo de la publicidad en redes sociales.	131
5. Tipos de publicidades a través de redes sociales.	135
5.1. Publicidad comercial de la marca a través de <i>social media</i> oficial	135
5.2. Comunicación comercial de la marca a través de <i>influencers</i>	136
5.3. Redes sociales de terceros sin relación contractual con la marca	137
6. <i>Joint branding</i> : marcas + <i>influencers</i>	137
7. <i>Influencers</i> menores de edad e <i>influencers</i> robots.....	138
7.1. <i>Influencers</i> menores de edad. Responsabilidad parental y legalidad de la actividad	138
7.2. <i>Influencers</i> robots.....	140
8. Conclusiones	141

CAPÍTULO V

DAÑOS EN LA ERA DIGITAL

por VALERIA BETTINA BLANCO

1. Introducción	143
2. De la responsabilidad civil al Derecho de Daños	144
3. El deber de prevención del daño.	150
4. El principio de seguridad.	154
5. Derecho de Daños y nuevas tecnologías	156
6. Conclusión.....	161

CAPÍTULO VI

**“BIG DATA”, ALGORITMOS AUTOMATIZADOS E
INTELIGENCIA ARTIFICIAL. SUS RIESGOS Y DAÑOS**

por ENZO ESTEBAN DONATO BRUN

1. La <i>big data</i> y el proceso de informatización del ser humano	165
2. Algoritmos, <i>machine learning</i> e inteligencia artificial.	168
3. La problemática de los sesgos algorítmicos y errores informáticos . . .	173
4. ¿Publicidad digital o manipulación sistematizada?	178
5. La responsabilidad por daños derivados de la actividad algorítmica.	182
5.1. La cuestión en torno al factor de atribución	182
5.2. Fundamento en la teoría del “riesgo creado”.	184
5.3. La Ley de Defensa del Consumidor frente a la publicidad digital	186
5.4. El deber de prevención del daño y la necesidad de regulación.	187
6. Conclusión.	189

CAPÍTULO VII

TECNOLOGÍA Y DERECHOS PERSONALÍSIMOS

por VALERIA BETTINA BLANCO

1. Introducción	191
2. Un acercamiento a los derechos personalísimos	192
2.1. Los derechos personalísimos a la vida y a la salud	194
2.2. El derecho a la imagen	197
2.2.1. Selfi versus fotografía analógica	199
2.2.2. La tecnología de reconocimiento facial.	201
2.3. El derecho al honor	205
3. Serás en las redes sociales o no serás nada.	207
4. Inteligencia artificial y derechos personalísimos	211
5. La reparación de los daños a los derechos personalísimos.	213
6. Conclusión.	217

CAPÍTULO VIII

**NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES EN EL
ECOSISTEMA DIGITAL. RESPONSABILIDAD
DE LOS PROGENITORES Y DE LOS
ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS**

por VALERIA BETTINA BLANCO

1. Introducción	219
2. Los niños, niñas y adolescentes y las redes sociales.	220
3. La protección de los menores en Facebook, Instagram y Snapchat.	224
4. La afectación de la imagen del menor por publicaciones de sus progenitores: el <i>sharenting</i>	226
5. La violación del derecho a la dignidad derivada del <i>ciberbullying</i>	229
6. IA y su relación con los niños, niñas y adolescentes	233
7. Conclusión.	234

CAPÍTULO IX

**AUTODETERMINACIÓN INFORMATIVA,
DERECHO AL OLVIDO Y LEY DE
PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES**

por ENZO ESTEBAN DONATO BRUN
y Juan Manuel Ottati Paz

1. El principio de autodeterminación informativa	237
2. La situación internacional. Impacto de las TIC y la actividad a través de las redes.	240
2.1. ¡Latinoamérica ve (sal y no sólo mires) al mundo!	240
2.2. El caso de Estados Unidos	243
2.3. El GDPR y la legislación europea	244
3. Marco legal de la protección de datos personales en Argentina ...	245
3.1. La Ley de Protección de los Datos Personales	245
3.2. Principios de la ley 25.326	247

3.3. La acción de protección de datos personales.....	252
3.3.1. Función informativa	253
3.3.2. Función rectificatoria y cancelatoria	254
3.3.3. Función reservadora	256
3.4. La acción de hábeas data	256
4. Las empresas dedicadas a brindar informes crediticios.....	258
5. Jurisprudencia relacionada	262
5.1. Caso “Costeja vs. Google” (2014)	262
5.2. Caso “G. D. A. F. c/Dirección General de Defensa y Protección del Consumidor del GCBA s/Amparo” (2014)	264
5.3. Caso “Denegri c/Google” (2022)	266
6. Conclusiones	269

CAPÍTULO X

“BLOCKCHAIN”, FIRMA DIGITAL Y CONTRATOS INTELIGENTES

por ENZO ESTEBAN DONATO BRUN

1. La evolución del contrato a la luz de los avances tecnológicos.....	271
2. Firma digital versus firma electrónica	274
3. La <i>blockchain</i> y sus infinitas posibilidades	277
4. El fenómeno de los contratos inteligentes	281
5. Conclusiones	285

CAPÍTULO XI

EL DILEMA DE LA RESPONSABILIDAD DE LAS PLATAFORMAS DE VENTAS DIGITALES

por LEONEL JAVIER CILIBERTO

1. Introducción	287
-----------------------	-----

2. El comercio electrónico y el Código Civil y Comercial de la Nación.	288
3. Disposiciones aplicables a los contratos por adhesión y cláusulas abusivas.	289
4. El comercio electrónico como modalidad especial de contratación.	290
5. Concepto adoptado por el Código Civil y Comercial de la Nación y otras definiciones.	291
6. Equiparación a la forma escrita. Principios de equivalencia funcional, no discriminación y neutralidad.	293
7. Deber de información específico.	295
8. La oferta en el comercio electrónico.	298
8.1. La oferta “accesible” para el consumidor.	299
8.2. Comunicación de la recepción de la aceptación de la oferta al consumidor y su importancia.	300
9. La dificultad probatoria en el ámbito electrónico.	301
10. La conexidad contractual y el mercado electrónico.	303
11. Lugar de cumplimiento y jurisdicción.	304
12. El derecho <i>irrenunciable</i> de retractación de la aceptación.	306
13. Deber de informar el derecho de retractación de la aceptación. Comunicación por parte del usuario. Gratuidad.	307
14. Análisis de la responsabilidad civil de las plataformas de venta digital.	309
14.1. Factor de atribución de responsabilidad objetivo o subjetivo: ésta es la cuestión.	310
14.2. Mercado de productos – <i>marketplace</i> – y sector de avisos clasificados. La diferencia que no es tal.	315
14.3. Los criterios jurisprudenciales antagónicos.	318
14.3.1. El caso “Claps”.	318
14.3.2. El caso “Kosten”.	321
14.3.3. El fallo “Fernández Dotzel”.	334
15. Conclusión.	338

CAPÍTULO XII

**SERVICIOS TURÍSTICOS
COMERCIALIZADOS POR INTERNET**

por Valeria Bettina Blanco

1. Introducción	341
2. La relación jurídica entre el proveedor de servicios turísticos y el consumidor.....	342
2.1. El vínculo consumidor-plataforma <i>on line</i> de turismo	344
2.2. Normativa aplicable	349
3. Responsabilidad de las plataformas <i>on line</i> de servicios turísticos	353
3.1. El deber de información de la plataforma digital	354
3.2. La publicidad como generadora de responsabilidad	357
3.3. La cancelación de paquetes turísticos por caso fortuito o fuerza mayor: la pandemia de COVID-19	361
3.4. Estructura de responsabilidad de las plataformas <i>on line</i> o agencias de turismo virtuales	366
4. Conclusión.....	370

CAPÍTULO XIII

**ESTAFAS VIRTUALES (“PHISHING”)
Y LA RESPONSABILIDAD DE LAS
ENTIDADES FINANCIERAS**

por ENZO ESTEBAN DONATO BRUN

1. El impacto de la tecnología en los servicios financieros	373
2. La asimetría y los riesgos en la contratación bancaria digital	376
3. El <i>phishing</i> y las técnicas de ingeniería social	380
4. Prevención del daño y obligación de seguridad en la prestación de servicios financieros	382
5. La responsabilidad de las entidades financieras. Jurisprudencia	387

CAPÍTULO XIV
**RESPONSABILIDAD DE LAS “APPS”
DE MOVILIDAD URBANA**

por LEONEL JAVIER CILIBERTO

1. Introducción.....	393
2. El pasajero transportado, los conductores y la ETTPPD: una relación jurídica multilateral.....	395
3. La relación entre el conductor y la ETTPPD: ¿Existe una relación laboral desde la óptica del Derecho del Trabajo?.....	399
4. La influencia del Derecho del Trabajo en la responsabilidad civil. Responsabilidad del principal por el hecho del dependiente.....	404
5. Responsabilidad de la ETTPPD por la confianza generada en el usuario transportado.....	406
6. Responsabilidad de la ETTPPD por el desarrollo de una actividad riesgosa.....	409
7. Responsabilidad de las ETTPPD en virtud de la obligación expresa de seguridad.....	410
8. Responsabilidad de las ETTPPD por el incumplimiento del deber informativo dentro del polo proveedor. Importancia de la resolución 615/2019 de la Superintendencia de Seguros de la Nación.....	411
9. El deber informativo indirecto.....	415
10. Conclusión.....	419

CAPÍTULO XV
**INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y MEDICINA.
LOS NEURODERECHOS Y LOS DESAFÍOS ÉTICOS**

por CELIA WEINGARTEN

1. Introducción.....	423
2. Los avances tecnológicos que revolucionarán la medicina moderna. El transhumanismo.....	426
3. Inteligencia artificial para entender nuestra mente.....	430

4. Un nuevo derecho humano: los neuroderechos	432
5. Conclusiones	435

CAPÍTULO XVI

TELEMEDICINA Y DISPOSITIVOS DIGITALES

por LUIS IGNACIO NASSO GONZÁLEZ

1. Introducción	437
2. La telemedicina y la salud móvil (<i>mHealth</i>)	439
3. La protección de datos de salud (<i>data governance</i>) en el marco normativo local	443
4. Aproximaciones generales a la responsabilidad por daños de las plataformas, aplicaciones de salud y servicios médicos brindados con intervención de las mismas	450
5. Conclusiones	456

CAPÍTULO XVII

PRUEBA ELECTRÓNICA DE LOS CONTRATOS

por Valeria Bettina Blanco

1. Introducción	459
2. Las relaciones contractuales en el mundo virtual	460
2.1. El caso de la modalidad contractual <i>clickwrap</i>	462
3. Las comunicaciones electrónicas como medios de prueba	464
3.1. Notas preliminares	464
3.2. Las comunicaciones electrónicas como nuevos medios probatorios	466
3.3. La pericia informática	473
4. La importancia de la firma digital en materia probatoria	475
5. Validez probatoria de los documentos electrónicos	477
6. Conclusión	481

CAPÍTULO XVIII
**TECNOLOGÍA Y CONFLICTOS CONTRACTUALES:
CUESTIONES DE COMPETENCIA**

por LUIS IGNACIO NASSO GONZÁLEZ

1. Introducción	483
2. Comercio electrónico y Derecho Internacional Privado. La incorporación de reglas especiales aplicables al Derecho de Consumo	486
2.1. Las normas de DIPr de fuente interna aplicables a contratos electrónicos que no son de consumo. Algunas notas jurisprudenciales de relevancia respecto de las normas de conflicto del CCyC	489
2.2. Las normas de conflicto de fuente interna que establecen la jurisdicción a los contratos electrónicos de consumo domésticos	493
3. Los contratos electrónicos de consumo internacionales y el artículo 2654 del CCyC	497
4. Las particularidades del turismo y el transporte aerocomercial (art. 63, LDC). Responsabilidad de las plataformas intermediarias ...	500
5. Conclusiones	503

CAPÍTULO XIX
PROCEDIMIENTO Y MEDIDAS CAUTELARES

por LUIS IGNACIO NASSO GONZÁLEZ

1. Las mejoras funcionales que dejó la pandemia en la gestión judicial nacional	505
2. Las medidas cautelares y los avances para su perfeccionamiento electrónico	510
2.1. El diligenciamiento de oficios e inscripción electrónica de medidas cautelares	511
2.2. Mecanismo de anotación de cautelares ante el Registro de la Propiedad del Inmueble	514
2.2.1. Sistema del Registro de la Propiedad del Inmueble de la CABA	514
	539

2.2.2. Sistema implementado para la inscripción al Registro de la Propiedad del Inmueble de la Provincia de Buenos Aires	518
3. Otro uso de las cautelares en torno a la producción de la prueba electrónica	519
4. Conclusiones	524