

ÍNDICE GENERAL

[www.librotecnia.cl](http://www.librotecnia.cl)

Autores .....	XIX
Glosario de abreviaturas .....	XXI

CAPÍTULO I

NATURALEZA JURÍDICA DE LAS APLICACIONES  
DE PLATAFORMAS. ASPECTOS CONTRACTUALES.  
INCIDENCIA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

*Juan Darío Veltani*

I. Introducción .....	1
II. La incidencia de la propiedad intelectual. Evolución de los esquemas de licenciamiento de software. Del licenciamiento tradicional al modelo de <i>software as a service</i> .....	3
2.1. Primera etapa. <i>Shrink wrap agreements</i> .....	4
2.2. Segunda etapa. <i>Click wrap agreements</i> .....	5
2.3. Tercera etapa. El <i>software as a service</i> .....	7
III. Problemática jurídica de la contratación electrónica .....	10
3.1. Identificación de las partes .....	13
3.1.1. Validación de identidad.....	14
3.1.2. Capacidad.....	24
3.1.3. Oportunidad de la validación de identidad y capacidad.	31
3.2. Forma del contrato .....	32
3.2.1. Regulación que facilite la prueba de la existencia del contrato.....	33
3.2.2. Regulación que facilite la prueba del contenido del contrato .....	36
3.3. Contenido del contrato .....	37
3.3.1. Información sobre los medios electrónicos.....	39
3.3.2. Información sobre el derecho de revocación.....	39

3.3.3. Cláusulas abusivas .....	40
IV. Estructura contractual de las aplicaciones de plataformas .....	44
4.1. Contrato entre la aplicación de plataforma y la tienda de aplicaciones.....	45
4.1.1. Modalidad de distribución de las aplicaciones .....	46
4.1.2. Facultades de la tienda de aplicaciones respecto de la aplicación de plataforma una vez publicada .....	48
4.1.3. Regulación del sistema de pagos .....	50
4.1.4. Políticas de promoción y reembolso.....	51
4.1.5. Sistema de clasificación .....	52
4.1.6. Valoración por parte de los usuarios .....	53
4.2. Contrato entre la tienda de aplicaciones y el usuario.....	54
4.2.1. Aclaración respecto de las distintas relaciones contractuales .....	55
4.2.2. Regulación de los aspectos sociales .....	55
4.2.3. Limitación de responsabilidad de la tienda de aplicaciones .....	58
4.3. Contrato entre la aplicación de plataforma y el usuario .....	60
4.3.1. Plataforma de distribución de contenidos digitales.....	61
4.3.2. Mercado de compradores y vendedores (Marketplace) ..	63
4.3.3. Plataforma de <i>delivery</i> de productos/servicios.....	63
4.4. Contrato entre el usuario y los proveedores a través de aplicaciones de plataformas .....	64
4.4.1. Contrato entre el usuario y el proveedor del servicio final..	64
4.4.2. Contrato entre el usuario y el proveedor del servicio intermedio .....	65
V. Régimen jurídico de los contratos conexos y su impacto regulatorio en las aplicaciones de plataformas.....	67
VI. Apéndice normativo y de jurisprudencia.....	70
6.1. Normativa citada en el presente capítulo .....	70
6.2. Jurisprudencia citada en el presente capítulo.....	70

## CAPÍTULO II

# RESPONSABILIDAD CIVIL DE LAS APLICACIONES DE PLATAFORMAS

*Gustavo Atta*

I. Introducción .....	71
II. La responsabilidad civil. Evolución. Funciones .....	76

III. Responsabilidad civil por hosting de contenidos (el caso “Jujuy. com”).....	80
IV. Responsabilidad civil por la indexación de contenido y resultados de búsquedas (los casos “Rodríguez, Belén” y “Gimbutas”).....	85
4.1. “Rodríguez, María Belén c. Google Inc. s/Daños y perjuicios” ...	86
4.2. “Gimbutas, Carolina Valeria c. Google Inc. s/Daños y perjuicios” .....	93
4.3. Responsabilidad civil por lo que ocurre entre usuarios de plataformas de comercio electrónico (casos “Claps” y “Kosten”)...	97
V. Responsabilidad civil ampliada entre usuarios y “proveedores independientes” (caso <i>Rappi</i> , <i>Glovo</i> , etc.). Aplicación de la doctrina judicial sentada en los precedentes “Rodríguez, Belén” y “Kosten” en el marco de la responsabilidad civil de las aplicaciones de plataformas.....	109
VI. Apéndice normativo y de jurisprudencia.....	117
6.1. Normativa citada en el presente capítulo .....	117
6.2. Jurisprudencia citada en el presente capítulo.....	118

CAPÍTULO III

ASPECTOS LABORALES VINCULADOS CON APLICACIONES DE PLATAFORMAS. LA NATURALEZA JURÍDICA DE TRABAJO EN PLATAFORMAS DIGITALES: ¿RELACIÓN DE EMPLEO SUBORDINADO O TRABAJO AUTÓNOMO?

*Julio E. Lalanne*

I. Introducción .....	121
II. Planteo del problema fundamental a investigar.....	122
III. La noción de subordinación jurídica como criterio diferenciador del trabajo: la técnica del “haz de indicios” .....	125
IV. El trabajo en plataformas digitales. Caracterización como “servicio subyacente” o “servicio secundario” .....	129
V. Sentencias judiciales extranjeras que se refieren a la calificación legal del trabajo en plataformas digitales.....	131
5.1. Decisiones judiciales que consideraron que el trabajo realizado en plataformas digitales es trabajo subordinado .....	131
5.1.1. Estados Unidos .....	131
5.1.2. Reino Unido .....	132
5.1.3. Brasil .....	135

5.1.4. Francia.....	135
5.1.5. España.....	136
5.2. Decisiones judiciales que consideraron que en el trabajo realizado en plataformas digitales no hay relación de subordinación o dependencia.....	136
5.2.1. Francia.....	136
5.2.2. Australia.....	137
5.2.3. Reino Unido.....	138
5.2.4. Brasil.....	138
5.3. Conclusiones del análisis de la jurisprudencia mundial.....	139
VI. Nuestra respuesta.....	139
VII. Un problema conexo: el encuadramiento convencional de los trabajadores de plataformas.....	146
VIII. Conclusiones.....	148
IX. Apéndice normativo y de jurisprudencia.....	150
9.1. Normativa citada en el presente capítulo.....	150
9.2. Jurisprudencia citada en el presente capítulo.....	150

## CAPÍTULO IV

### PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES EN APLICACIONES DE PLATAFORMAS

*Romina S. Iannello*

I. Introducción.....	153
II. Conceptos de la Ley de Protección de Datos Personales.....	157
2.1. El concepto de “dato personal”.....	157
2.2. El concepto de “base de datos”.....	159
2.3. El concepto de “tratamiento”.....	159
2.4. Los conceptos de “responsable de una base de datos” y “usuario de datos personales”.....	160
2.5. El concepto de “disociación de datos”.....	160
III. Registro del usuario en las aplicaciones de plataformas. Validación de identidad. Recolección y tratamiento de datos personales.....	161
3.1. Validación de los usuarios.....	161
3.2. Recolección y tratamiento de datos personales.....	162
3.2.1. Principio de legalidad.....	162
3.2.2. Principio de calidad.....	163
3.2.3. Principio de finalidad.....	164

3.2.4. Principio de seguridad y confidencialidad .....	165
3.2.5. Principio de consentimiento informado.....	166
IV. Cesión de datos personales .....	170
V. Transferencia internacional de datos personales en las aplicaciones de plataformas.....	171
VI. Supuestos especiales .....	175
6.1. Aplicaciones de salud.....	175
6.2. Aplicaciones de plataformas que tratan datos personales de menores .....	177
VII. Apéndice normativo y de jurisprudencia.....	182
7.1. Normativa general.....	182
7.2. Transferencia internacional.....	182
7.3. Recomendaciones para aplicar ley 25.326.....	182

CAPÍTULO V

CUESTIONES PROCESALES RELACIONADAS CON LAS APLICACIONES DE PLATAFORMAS

*Carlos E. Camps*

I. Introducción .....	183
II. Identificación de sujetos de la pretensión procesal.....	185
III. Legitimación pasiva. Partes plurisubjetivas .....	193
IV. Jurisdicción y competencia. Los contratos de consumo: caso “Booking.com” .....	196
V. Estatutos especiales: ley de marcas, de telecomunicaciones, de protección de datos personales, etcétera.....	202
5.1. Ley 11.723 de Propiedad Intelectual .....	202
5.2. Leyes 19.798 de Telecomunicaciones y 27.078 Argentina Digital... ..	203
5.3. Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual.....	204
5.4. Ley 22.362 de Marcas.....	205
5.5. Ley 25.326 de Protección de Datos Personales.....	206
VI. Cuestiones relativas al arbitraje.....	207
VII. Preconstitución de prueba .....	209
VIII. Apéndice normativo y de jurisprudencia .....	210
8.1. Normativa citada en el presente capítulo .....	210
8.2. Jurisprudencia citada en el presente capítulo.....	211

## CAPÍTULO VI

TRIBUTACIÓN DE LAS APLICACIONES DE PLATAFORMAS:  
¿UN NUEVO ADN EN LAS REGLAS DE IMPOSICIÓN?*Carlos A. C. Forcada*

I. Introducción .....	213
II. La disrupción de las reglas tradicionales .....	215
2.1. Los principios del siglo XX .....	215
2.2. La aceleración del proceso disruptivo por la planificación fiscal agresiva.....	217
III. La reacción de la comunidad internacional.....	219
3.1. El plan BEPS (2015).....	219
3.2. La continuidad del plan BEPS respecto de las plataformas y la economía digital .....	222
3.2.1. El documento de consulta del 3/2/2019 .....	222
3.2.2. Los documentos de consulta del 9/10/2019 y del 8/11/2019: ¿hacia una solución final unificada para 2020? .....	224
IV. Estado de situación de las reglas de imposición para las plataformas digitales en la Argentina.....	230
4.1. Impuestos federales .....	230
4.2. Impuestos provinciales.....	234
V. Conclusiones.....	240
VI. Anexo A. Listado de servicios digitales en la ley del IVA .....	241
VII. Anexo B. Ejemplo para la aplicación del enfoque unificado .....	243
7.1. Presupuestos fácticos.....	243
7.2. Aplicación cuando un grupo multinacional tiene una presencia física en la jurisdicción del mercado (Estado 2).....	243
7.3. Aplicación cuando un grupo multinacional no tiene una presencia física en la jurisdicción del mercado (Estado 3) .....	244
VIII. Anexo C. Arma el rompecabezas para determinar la cantidad A del enfoque unificado que se redistribuye al país del mercado .....	244
IX. Apéndice normativo y de jurisprudencia .....	246
9.1. Jurisprudencia citada en el presente capítulo.....	246

CAPÍTULO VII

ASPECTOS PENALES VINCULADOS A LAS APLICACIONES DE PLATAFORMAS Y LAS NUEVAS FORMAS DE CIBERCRIMINALIDAD

*Carola M. Bottini*

I. Introducción .....	249
II. El bien jurídico protegido en la cibercriminalidad.....	251
III. Los delitos informáticos receptados en el derecho penal argentino y su vinculación con las aplicaciones de plataformas .....	254
3.1. Delitos contra el patrimonio y el orden socioeconómico .....	254
3.1.1. Estafas y otros fraudes informáticos.....	254
3.1.2. Daño o sabotaje informático .....	260
3.1.3. Extorsión online o <i>ransomware</i> .....	261
3.1.4. Delitos contra la propiedad intelectual.....	262
3.2. Otros delitos informáticos contra bienes supraindividuales o colectivos.....	264
3.2.1. Falsificación electrónica .....	264
3.2.2. Delitos contra los medios de comunicación.....	265
3.2.3. Violación de sellos y documentos.....	266
3.3. Delitos que afectan la intimidad y la privacidad y el honor .....	266
3.3.1. Violación de secretos y de la privacidad .....	266
3.3.2. Calumnias e injurias cometidas a través de las tecnologías de la información y la comunicación, con especial referencia a los discursos de odio.....	268
3.4. Delitos contra la indemnidad y libertad sexuales.....	269
3.4.1. Pornografía infantil.....	269
3.4.2. <i>Grooming</i> .....	272
3.4.3. Promoción o facilitación y explotación económica de la prostitución ajena .....	273
3.5. Delitos contra la libertad: <i>ciberstalking</i> y <i>ciberbullying</i> .....	273
3.6. Nuevas figuras .....	274
IV. Responsabilidad penal de empresas proveedoras de servicios de internet.....	275
V. A modo de conclusión.....	277
VI. Apéndice normativo y de jurisprudencia.....	278
6.1. Normativa citada en el presente capítulo .....	278
6.2. Jurisprudencia citada en el presente capítulo.....	279

CAPÍTULO VIII

INFRACCIONES MARCARIAS EN EL MARCO DE LAS PLATAFORMAS ELECTRÓNICAS (APPS)

*María Cecilia Magariños*

I. Introducción .....	281
II. Nociones generales del derecho de marcas: concepto, funciones, intereses tutelados.....	283
2.1. Concepto .....	283
2.2. Funciones de las marcas .....	287
2.2.1. Distintiva .....	287
2.2.2. Identificadora de origen .....	288
2.2.3. Garantía de calidad.....	291
2.2.4. Publicitaria .....	293
2.3. Intereses y derechos tutelados .....	294
III. Uso marcario y usos referenciales de marcas ajenas en las plataformas electrónicas.....	300
3.1. Introducción .....	300
3.2. Usos marcarios ilícitos y referenciales en plataformas electrónicas según la jurisprudencia argentina .....	302
3.2.1. “Rodríguez, María Belén c. Google Inc. y otros, s/daños y perjuicios”, fallo de la Corte Suprema de Justicia de la Nación.....	302
3.2.2. “Nike International Ltd. c. Deremate.com de Argentina SA s/cese de uso de marcas. Daños y perjuicios” y “Nike International Ltd. c. Compañía de Medios Digitales CMD SA s/Cese de uso de marcas” .....	305
3.2.3. “Organización Veraz c. Open Discovery s/cese de uso de marca” .....	313
IV. Infracciones marcarias en el marco de las plataformas digitales .....	318
4.1. Infracciones marcarias por cuenta propia. Casos. Tipos de marcas .....	320
4.2. Infracciones marcarias de terceros usuarios. Tipos de marcas. Roles del operador de la plataforma .....	325
4.3. Notificación fehaciente.....	327
V. Conclusiones.....	327
VI. Apéndice normativo y de jurisprudencia.....	328
6.1. Normativa citada en el presente capítulo .....	328
6.2. Jurisprudencia citada en el presente capítulo.....	329