

INDICE

Prefacio	11
Preámbulo	19
Agradecimientos	25
Introducción	31
Parte uno Internet en la práctica y en el comercio	37
Introducción	398
A. De donde proviene Internet	40
B. Algunos detalles técnicos	41
C. Internet en la práctica: ocho aplicaciones de comunicaciones	
1. Correo electrónico	42
2. World Wide Web (WWW o Web)	
3. Telnet	43
4. FTP (File Transfer Protocol, protocolo de transferencia de archivos)	
5. Gopher	44
6. Listas de correo	
7. Grupos de discusión	45
8. La función de charla o IRC	
D. Internet el comercio	46
1. Internet para transacciones comerciales	
a. Internet para publicidad y mercadotecnia	
b. Internet en el comercio	47
c. Internet para hacer y recibir pagos	48
2. Internet y la comunicación (interna y externa)	
3. Internet para investigaciones, desarrollo e intercambio de información profesional	49
4. Internet para recursos humanos	50
Parte dos Legislación en Internet	53
Introducción	55
Capitulo uno Sus primeros pasos en Internet y la ley	61
¿Por qué hacer preguntas?	63
Preguntas	64
Usuarios	65
II. Proveedores de servicio	
A. Regimenes de licencia	66
1. Proveedores de acceso a Internet (PAI)	
a. Régimen aplicable en Europa	
a.1. Regimenes nacionales	
a.2. Intento de amortización europea	
a.3. La European Telecommunications Office /ETO)	68
b. El sistema aplicable en América del Norte	69
2. Servidores	70
B. Libre prestación de servicios e Internet	
1. Libre prestación de servicios dentro de la Unión Europea	71
2. La libre prestación de servicios en el TLC	74

Para resumir	75
Capitulo dos Propiedades intelectual en Internet	77
¿Por qué hacer preguntas? Preguntas	79
Introducción	81
I. Que trabajos están protegidos en Internet	
A. Condiciones generales que rigen la protección de u trabajo	82
B. Tipos de trabajos en Internet	
1. Trabajos escritos	83
2. Trabajos musicales o audiovisuales	
3. Imágenes	84
4. Software	
5. Bases de datos	
a. Principios de protección	85
b. Paginas Web	86
II. Derechos del autor y del usuario referentes a trabajos protegidos que circulan en Internet	
A. Derechos del autor	87
1. ¿Quién posee derechos de propiedad intelectual en Internet?	
2. Tipos de derechos	
a. Derechos morales del autor	
b. Derechos patrimoniales del autor	88
b.1. Derecho de reproducción	
b.2. Derecho de transformación	89
b.3. Derecho de distribución	
b.4. derecho de comunicación publica	
B. límites legales (excepciones) a los derechos de propiedad intelectual; derechos de los usuarios	90
1. derechos de ls usuarios en general	
2. Derechos del usuario respecto a software	92
3. Derechos del usuario en Internet	
a. El usuario y le correo electrónico	
a.1. ¿Puede un usuario enviar un trabajo protegido por correo electrónico?	93
a.2. Puede el destinatario de un correo electrónico copiarlo y:	
1. Devolverlo al autor original (replica)	
2. Enviarlo a un grupo de interés o a una lista de correo	
3. Enviarlo a una tercera parte especifica (dirección)	
b. El usuario y la trasferencia de archivos (FTP)	
b.1. Servidores	94
b.2. Usuarios	
c. El usuario y su navegación por el Web	
c.1. Consulta de paginas Web	95
c.2. Descarga de archivos desde paginas Web	
C. Limites contractuales a los derechos de propiedades intelectual: contratos entre autor y usuario	96
1. autorización explicita	
2. autorización implícita	97

III. Penalización	98
Para resumir	99
Capítulo tres Libertad de expresión	101
¿Por qué hacer preguntas? Preguntas	103
Introducción	104
I. Internet y la libertad de expresión en Estados Unidos y Canadá	
A. afirmación de la libertad de expresión	
B. Límites a la libertad de expresión	105
C. 1. Difamación	
D. A. criterio de difamación	
b. Como puede evitarse la responsabilidad por difamación	107
2. Otras restricciones a la libertad de expresión	108
II. Internet y libertad de expresión en Europa	
A. Afirmación de libertad de Expresión	109
B. Limitaciones de la libertad de expresión	
Para resumir	112
Capítulo cuatro Protección de la privacidad en Internet	113
¿Por qué hacer preguntas? Preguntas	115
Introducción	117
I. Protección de la confidencialidad de archivos, correo y comunicaciones que circulan en Internet	118
A. Confidencialidad y autoridades gubernamentales	
1. Bajo la legislación estadounidense y canadiense	119
2. Bajo la legislación europea	120
B. Confidencialidad entre partes privadas	
1. Bajo la legislación estadounidense y canadiense	121
2. Bajo la legislación europea	124
3. Buen comportamiento, prácticas actuales y el uso de tecnología para mantener la confidencialidad	126
II. Internet y regulaciones referentes a procesamiento de datos personales por computadora	127
A. Bajo la legislación estadounidense y canadiense	128
B. En Europa	129
C. Transferencia internacional de datos personales en Internet	131
Para resumir	132
Capítulo cinco Internet y las comunicaciones comerciales	135
¿Por qué hacer preguntas? Preguntas	136
Introducción	
I. Internet y la regulación publicitaria en América del Norte y Europa	137
A. aplicación de las reglas generales	
1. Regulaciones relacionadas con la naturaleza del producto	

a. Tabaco b. Alcohol	138
2. Regulación relacionada con el auditorio de la publicidad	
3. Regulación relacionada con los métodos empleados: publicidad engañosa y comparativa	139
a. Publicidad engañosa	
b. Publicidad comparativa	140
B. Restricciones publicitarias aplicables a Internet	141
II. Telemarketing en Internet	
A. Internet y telepromociones publicitarias	142
1. solicitud por correo electrónico	
2. Intromisión a grupos de interés	143
B. Internet y las ofertas relacionadas con telepromociones comerciales	145
Para resumir	146
Capítulo seis	
Comercio Electrónico	147
¿Por qué hacer preguntas?	
Preguntas	149
Introducción	150
I. Cierre de contratos por Internet	
A. Reglas generales aplicables a todos los contratos	
1. celebración de contratos en Internet por correo electrónico y por el Web	151
a. Reglas generales que rigen la celebración de contratos (en Internet)	
b. La aplicación de estas reglas al comercio electrónico por correo electrónico	153
d. La aplicación de estas reglas al comercio electrónico por el Web	
2. Hora y lugar de la contratación	154
a. Por la expedición de la aceptación	
b. Por el envío de la aceptación	
c. Por la recepción de aceptación de parte de quien hace la oferta	155
d. D. Por el conocimiento de la parte que lanza la oferta de la aceptación	
2. Validez de los contratos celebrados por Internet	
a. Consentimiento	156
b. Capacidad legal	157
c. Objeto del contrato	
3. ¿Un contrato maestro para facilitar la firma de contratos por Internet?	158
a. El contrato maestro y sus ventajas	
1. La hora y lugar de formación de futuros contratos cerrados por Internet	
2. La ley aplicable al contrato	
3. Métodos para interpretar o cumplir el acuerdo en caso de disputa	
4. la aceptación y valor probado de ciertos documentos de computadora	
5. la jurisdicción que tiene competencia para resolver disputas de acuerdo con sus propias reglas	
6. Medida contraria a las reglas del orden público de la ley aplicable	159

b. Una forma simplificada del contrato maestro: la carta de compra-venta electrónica	160
5. Contratos celebrados por Internet y la ley de protección al consumidor	161
B. Reglas específicas a ciertos contratos o a ciertas categorías de contratos	162
1. Contratos de adhesión	
2. Internet y ventas internacionales	163
3. ¿Acuerdos de IED en Internet?	164
II. Pagos de Internet	165
A. Pago por tarjeta de crédito convencional	
1. el momento del pago	
2. Usar tarjetas de credito sin un código es peligroso, pero ¿Para quién?	166
a. Soluciones contractuales	
b. Soluciones legislativas	167
B. Los nuevos intermediarios electrónicos y le dinero virtual	
1. First Virtual Holdings Incorporated o los nuevos intermediarios electrónicos	169
2. DigiCash o dinero electrónico	170
3. Las emisiones legales lanzadas por nuevos	
a. Contratos y protección al consumidor	
a.1. El tribunal competente y la legislación aplicable	171
a.2. Protección al consumidor	
1. Bajo la legislación estadounidense	
2. Bajo la legislación Europea	
b. Mas allá de los contratos	173
Para resumir	175
Capitulo siete	
Criptografía	177
¿Por qué hacer preguntas?	
Preguntas	179
Introducción	180
I. Tecnologías de criptografía existentes	181
II. Pretty Good Privacy, Clipper Chip y Trusted Third Parties	182
III. ¿Es legal el uso y exportación de criptografía y PGP?	
A. En Norte America	183
B. En Europa	184
Para resumir	186
Capitulo ocho	
Delito	187
¿Por qué hacer preguntas?	
Preguntas	189
Introducción	190
I. Legislación estadounidense	192
II. Legislación canadiense	193
III. Sistemas legales nacionales europeos	194
Para resumir	196
Capitulo nueve	
Responsabilidades en Internet	197

¿Por qué hacer preguntas?	
Preguntas	199
Introducción	200
I. Maco de responsabilidades en Internet	
A. los diferentes actores responsables en Internet	201
B. Responsabilidad contractual	
1. Las diferentes relaciones contractuales entre los actores en Internet	202
a. Las diversas relaciones contractuales entre actores de Internet	
a.1. Relaciones contractuales entre un proveedor de acceso y suscripciones	
a.2. Relaciones contractuales entre un servidor y el proveedor de acceso que lo disemina o le proporciona acceso permanente	
a.3. Relaciones contractuales entre un productor, particularmente un productor profesional y el servidor que exhibe sus productos	203
a.4. Relaciones contractuales entre ciertos servidores o productores profesionales y sus usuarios	204
a.5. Relaciones contractuales entre autores y productores	
a.6. Relaciones contractuales entre usuarios	
a.7. la responsabilidad del patrón por la conducta del empleado en Internet	205
b. Relaciones contractuales en el campo de la prestación de información profesional, edición y producción	206
b.1. Suministro de información profesional	
b.2. Los campos de la edición y producción en Internet	207
2. Cláusulas de responsabilidad	
II. Como invocar la responsabilidad de los diversos jugadores	208
A. Responsabilidad del usuario	
1. Responsabilidad invocada por otro usuario	209
a. Responsabilidad por difamación	
b. Responsabilidad por invasión de privacidad	
2. Responsabilidad invocada por el proveedor de acceso o el servidor	210
3. Responsabilidad invocada por el poseedor de los derechos de propiedad intelectual	
B. Responsabilidad del servidor y del proveedor de acceso	
1. Responsabilidad invocada por el usuario	211
a. Responsabilidad editorial	
a.1. Responsabilidad editorial bajo las legislaciones estadounidense y canadiense	
1. Responsabilidad como un editor primario	
2. Responsabilidad por como distribuidor o editor secundario	212
a.2. Responsabilidad editorial bajo la legislación francesa	213
a. 3. Responsabilidad editorial bajo la legislación inglesa	
1. Responsabilidad por difamación	214
-Responsabilidad como editor	
-Responsabilidad como distribuidor	
2. Responsabilidad por divulgación de información falsa	215
b. Recursos que no caen dentro del régimen de responsabilidad editorial	
b.1. bajo la legislación norteamericana	217

1. Responsabilidad por invasión de privacidad	
2. Responsabilidad por archivos etiquetados equívocamente	
3. Responsabilidad por diseminación de virus y software dañino b.2. bajo la legislación francesa	218
1. Responsabilidad por invasión de privacidad 2. Responsabilidad por la difusión de software dañino 3. Responsabilidad por archivos etiquetados equívocamente 4. Responsabilidad civil por el contenido de información (además de la responsabilidad editorial)	219
b.3. bajo la legislación inglesa 1. Responsabilidad por invasión de privacidad 2. Responsabilidad por diseminación de virus, daño causado por hackers y por archivos mal etiquetados 2. Responsabilidad invocada por el autor	220
C. Responsabilidad del autor	221
D. Responsabilidad de operadores de telecomunicaciones	222
Para resumir	223
Capítulo diez	
Evidencia	225
¿Por qué hacer preguntas?	
Preguntas	227
Introducción	228
I. En Europa	
A. legislación francesa 1. Prueba de hechos 2. Prueba de contratos	229
a. Prueba de legislación civil de contratos celebrados por Internet a.1. Contratos que no necesitan probarse por medio de un documento original en papel y cuyo uso es más fácil en Internet 1. Contratos que avalan un valor menor a cinco mil francos	230
2. Una parte produce principio de prueba por escrito 3. Ciertas prácticas comunes que impiden el bosquejo de un documento en papel 4. Admisión	231
a.2. Contratos en Internet que deben probarse mediante un documento en papel y la necesidad de documento original firmado 1. ¿Un documento firmado? 2. ¿Un original?	232
b. Prueba de contratos comerciales cerrados por Internet	233
B. Inglaterra (y Escocia)	235
1. admisibilidad de documentos electrónicos de Internet 2. La autenticidad de documentos electrónicos: negocios y autoridad pública ¿o no? a. Negocios y autoridad pública	236
b. ¿Qué sucede con los usuarios de Internet que no pueden ser descritos como hombres de negocios o autoridades públicas? c. Valor probatorio de documentos electrónicos de Internet	237
II. En Norteamérica	238
A. Los documentos electrónicos en Internet deben autenticarse	239

B. ¿Un documento electrónico de Internet constituye a la vez una excepción a la regla de prueba por referencia y a la regla mejor evidencia?	241
1. la regla mejor evidencia y la regla de prueba por referencia	
2. Excepciones a la regla de mejor evidencia que permiten la admisión de documentos electrónicos	242
3. Excepciones a la regla de prueba por referencia que permiten la admisión de documentos electrónicos	243
C. Regimenes legales específicos	244
II. La precaución es esencial	
A. el acuerdo de evidencia: “si, pero...”	245
B. Técnicas de uso confiable, así como medios permanentes y preferiblemente inalterables	246
Para resumir	247
Parte tres	
Veinte contratos mercantiles por Internet	251
1. Contrato de proveedor de acceso a Internet	254
2. Contrato de operador de sistema en Internet	257
3. Contrato de suministro de información	259
4. Contrato de edición en Internet	262
5. Contrato de renta de espacio en línea y servicios relacionados	265
6. Contrato de publicidad en línea	269
7. Contrato de correduría en línea	272
8. Contrato para la renta en línea de espacio publicitario	275
9. Contrato de desarrollo de productos multimedia en línea	278
10. Contrato de estudio de mercado en línea	281
11. Contrato de distribución en línea	284
12. Contrato de desarrollo y mantenimiento de una pagina Web	288
13. Contrato de investigación en línea	291
14. Contrato de cabildeo y mercadotecnia en línea	293
15. Contrato de participantes en un foro en línea	295
16. Contrato para acceso a bases de datos en línea	297
17. Contrato maestro de ventas al menudeo	299
18. Contrato de comercio electrónico entre profesionales	301
19. Contrato de certificación de autoridad	304
20. Política de uso aceptable	306
Perspectivas	309
Referencias	313
Bibliografía	339
Abreviaturas	355
Contenido	259