

El notariado. El comercio electrónico. Firma digital*

Por **Flora M. Katz** **

Introducción

En el esquema clásico de negociación, las partes exponen sobre la mesa de discusión sus posiciones e intereses; en general hay dos o más personas frente a frente, discutiendo al mismo tiempo la formación progresiva del contrato, las particularidades del acuerdo a firmarse y sus detalles, hasta que se llega a ajustar sus términos para dejar, finalmente, que la ley haga el encuadre.

En los últimos diez años y como consecuencia de los cambios tecnológicos, han surgido otras formas de contratar, otras estructuras o formas contractuales que no concuerdan con los contratos típicos que conocemos, formas contractuales no clarificadas aún por la ciencia jurídica, dentro de las cuales, una es la contratación por medios electrónicos.

Todo esto es consecuencia de que se está pasando de una economía industrial, en que las máquinas dominaban la producción, a una economía basada en la información, en la cual el contenido intelectual es la fuente dominante del valor agregado.

Este escenario en lo contractual provoca en el profesional de derecho y, sobre todo en los notarios, desconcierto, inseguridad y una terrible inquietud, sentimientos totalmente justificados.

*Especial para *Revista del Notariado*.

**E-mail: florakatz@interserver.com.ar

El comercio electrónico

El comercio electrónico es el intercambio de bienes y servicios realizado a través de Internet. En esta forma de negociar no hay presencia física entre los contratantes ni intercambio epistolar, la computadora es la infraestructura o soporte material e Internet el medio que permite la comunicación entre las partes.

El comercio electrónico, nueva modalidad en la contratación, toca aspectos económicos y sociales y pone en evidencia que los instrumentos del derecho tradicional, pensados en función de la bilateralidad chirrían y parecería que la máquina no funciona ¹.

Es evidente que dentro de la concepción clásica del contrato, el comercio electrónico no tiene cabida. Hay autores que consideran que los contratos de condiciones predispuestas son “contratos mecánicos”, atento a lo cual, haciendo un desplazamiento analógico podríamos pensar que el comercio electrónico participa de un cierto automatismo contractual ².

En el comercio electrónico hay un sistema de sobreentendidos en virtud del cual el comprador y vendedor, quienes no se encuentran frente a frente, son seres anónimos, piezas oscuras e impotentes, en que la computadora ha pasado a ser una prótesis de sus cuerpos.

Algunos juristas premonitoriamente consideraron que, tarde o temprano, sería necesario que el derecho se inclinara ante los matices y divergencias que las relaciones sociales hacían surgir; advirtiéndose actualmente que hay contratos que sólo tienen de su categoría el nombre, mientras que su construcción jurídica aún no está lograda.

La globalización, razones económicas y el estallido incontrolable de las comunicaciones provocaron la hoy llamada “sociedad de la información”, lo que fue generando cambios estructurales en la comercialización de bienes y servicios.

Estamos viviendo otro sistema de tráfico y esta realidad nos plantea la necesidad de asegurar esta forma de contratar y cuáles serían los medios de garantizarla en resguardo de la seguridad y la buena fe comercial.

Modalidades del comercio electrónico

El comercio electrónico, en sentido estricto, es el comercio cuyo proceso se realiza en forma totalmente electrónica, modalidad empresarial que requiere una infraestructura específica.

Las compras por Internet y a través de sitios de compra o de subastas han pasado a ser un hecho común de nuestros días; eBay y Amazon en USA o Yenny y Mercado Libre en Argentina, son hoy nombres habituales y de uso corriente.

(1) Rezzónico, citado en *Contratos con cláusulas predispuestas*, Astrea, 1987, p. 3.

(2) Rezzónico, op. cit., p. 4.

(3) Rezzónico, op. cit., p. 9.

(4) Rezzónico, op. cit., p. 9.

En el comercio electrónico el consumidor no tiene posibilidad de apreciar previamente la calidad de los productos o servicios, ya que dar a conocer *on line* sus características es difícil y, además, no es posible muchas veces distinguir una marca de otra, a pesar de lo cual esta forma negocial avanza permanentemente.

Las formas de comercio electrónico pueden ser B2B (*business to business*) empresa con empresa, o B2C (*business to consumer*) empresa con consumidor o C2C (*consumer to consumer*) consumidor con consumidor.

En las transacciones B2B, la empresa vendedora y compradora, en general, se han conocido previamente y están vinculadas en regulares operaciones *on line*. Las empresas pueden actuar como usuarias compradoras o vendedoras, o como proveedoras de herramientas, de servicios de soporte para el comercio electrónico, instituciones financieras o proveedoras de servicios de Internet.

En las operaciones B2C las partes no se conocen y el consumidor tiene dudas sobre la calidad del producto y sobre la legitimidad y seriedad de las empresas, éstas venden sus productos y prestan sus servicios a través de la *web* para uso particular de los clientes.

En las operaciones C2C, los consumidores realizan operaciones entre sí, son las operaciones de remate en línea y las que más garantías necesitan.

En las operaciones C2A, consumidor con administración, los ciudadanos pueden interactuar con las administraciones tributarias a efectos de realizar las presentaciones de las declaraciones juradas o el pago de tributos y obtener, además, asistencia informativa.

En las operaciones B2A, es decir, empresa con administración, las administraciones públicas actúan como agentes reguladores para pasar a ser motores del comercio electrónico y usuarios de éste.

Es importante considerar que la venta de productos (vestimenta, colchones, telas) no tiene posibilidad de venderse por comercio electrónico, pues son productos en los que la presencia física del vendedor y el comprador resultan insustituibles; en estos casos es necesario el “cara a cara”. Tampoco pueden realizarse ventas por este medio cuando para concretar la compra de ciertos bienes (joyas y automóviles) y debido a su alto valor, es necesario un asesoramiento previo, que debe ser prestado por un experto o vendedor y que no puede ser sustituida con un texto informativo.

Hay comercio electrónico cuando se realizan a través de Internet estrategias de pre-venta, venta y post-venta. Un sitio de pre-venta es un sitio que sirve para difundir un producto o servicio y cuyo objeto es facilitar la realización de una venta; estos sitios están complementados con información institucional para dar a conocer sus productos o servicios. Esta modalidad ayuda a definir una venta. El cliente potencial tiene la posibilidad de realizar consultas específicas que no pueden ser contestadas por el sitio, comunicándose por *e-mail*, que es lo más corriente, por fax o por teléfono.

Internet permite a los clientes ser consumidores activos, si bien esta moda-

lidad no es fácil ya que los consumidores frente a ciertos productos necesitan, y no quieren, perder el cara a cara.

Los pagos de las compras efectuadas por Internet pueden realizarse con tarjeta de crédito (el sistema más usado), giro bancario, depósito en cuenta, cheques, cheque postal contra reembolso o sistemas de pago propios de Internet (cuasimonedas). El cobro puede efectivizarse cuando se entrega el producto o se presta el servicio.

Actualmente hay empresas y profesionales que venden sus servicios a otros países por valores muy competitivos; las modalidades de esta forma de venta pueden ser: a) que el consumidor se traslade al país del productor, b) que el servicio se traslade al país del consumidor, c) que la información se envíe al país del consumidor, d) que el productor se traslade al país del consumidor, e) que la mercadería se traslade al país del consumidor. Entre los servicios más comunes que participan en esta forma de comercialización están las traducciones, programación, diseño gráfico, redacción y ediciones periodísticas.

El asesoramiento comercial por Internet es un medio excelente para brindar servicios a los clientes miembros de la industria y a los clientes potenciales.

Otro aspecto interesante que ofrece Internet son los sitios de post-venta, que permiten lograr clientes satisfechos y fieles, a quienes se les asegura un espacio para reclamos y solución de conflictos por medio de mediación por Internet. En Estados Unidos la empresa Squaretrade brinda este servicio, lo que da al cliente garantías de buen servicio.

Momento de aceptación del contrato on line

¿Cuándo se concreta el contrato celebrado por Internet?; ¿cuándo es aceptado?; ¿puede una computadora celebrar contratos? Hay computadoras que programan y expresan ofertas, las reciben y emiten aceptación. En el comercio electrónico existe un intercambio de mensajes electrónicos automáticos que pueden considerarse documentos, con o sin firma digital.

Frente a esta realidad, el comercio electrónico nos plantea serios interrogantes, sobre todo cuando la declaración de voluntad es emitida por una computadora y a partir de expresas instrucciones de una persona.

Después de variados intentos para determinar el momento de conclusión del contrato celebrado *on line*, algunas legislaciones resolvieron aplicar las normas de Derecho Internacional Privado y, en caso de inexistencia de acuerdo entre partes, se aplicaría la ley del país de origen de tales servicios.

La Comunidad Europea trató de armonizar el momento de conclusión del contrato realizado por medios electrónicos. En un comienzo se consideró concluido cuando el receptor confirmaba la recepción del acuse de recibo; en ese caso era necesario que el receptor reafirmara su deseo de concluir el contrato. Esto fue simplificado por la enmienda 42 del Parlamento, que establecía que se consideraba concluido el contrato cuando el prestador del servicio enviaba el acuse de recibo de la aceptación del receptor después de haber cumplido los siguientes pasos: 1) ofertar por el sitio de la *web*, 2) completar el formulario y, al hacer *click* en aceptar la compra, el contrato es aceptado; finalmente 3) en-

viar un *e-mail* por el prestador del servicio a modo de acuse de recibo; propuestas que finalmente no fueron aprobadas. Hay que considerar que si son necesarios muchos procesos para la conclusión de una transacción, el costo de mantenimiento a fin de obtener un nivel óptimo de respuesta será mayor que el que se trata de bajar.

En materia de obligaciones contractuales, son de aplicación las normas de Derecho Internacional Privado, en cuyo caso se aplica primero la ley del país de origen de tales servicios, en defecto de libre acuerdo entre partes que no sean consumidores.

Seguridad del comercio electrónico. Firma digital

Para que el comercio electrónico se desarrolle es necesario generar confianza entre empresas y consumidores, pues Internet es una red pública, sus comunicaciones son de fácil intercambio, lo que genera inseguridad.

La confianza le permitirá al adquirente por Internet sentirse seguro en la presencia del vendedor, aceptando que la distancia y la modalidad de compra no violarán los intereses y las necesidades básicas para asegurar el bienestar del comprador. El positivo resultado de una negociación aumenta de acuerdo con el nivel de confianza que se establezca entre las partes.

Los usuarios se preguntan ante la compra a realizar si el vendedor es confiable, si podrán devolver el producto si no les gusta o si no es lo que imaginaban y cuál es el documento válido de su pago. Para promover esta confianza es necesario que los usuarios consideren al comercio electrónico suficientemente seguro, que las empresas vendedoras inspiren confianza y que existan normas: a) que limiten la responsabilidad del usuario en caso de uso indebido, b) que les den derecho a devolver el producto comprado electrónicamente, c) que informen sobre los códigos de comportamiento de las empresas y procedimientos ágiles de resolución de conflictos.

Para que una comunicación a través de Internet (u otra red) sea segura son condiciones básicas que la comunicación sea: a) confidencial, a fin de evitar que un tercero acceda a la información enviada, b) íntegra, a fin de evitar que durante o después de haberse realizado la transacción un tercero pueda modificar la información enviada sin que el destinatario lo advierta y que pueda ser reconstruida frente a terceros en el caso de conflicto, c) auténtica, es decir que asegure a cada lado de la comunicación que el otro es realmente quien dice ser y que la comunicación sea irrefutable, esto es, que todas las partes sean identificadas y autenticadas, d) no repudiable, es decir que una vez finalizada la transacción, ninguna de las partes pueda negar haber intervenido en ella, e) un referente temporal, es decir que el documento debe ir fechado de modo fehaciente y seguro, y f) una prueba de que del otro lado se ha enviado la comunicación, en ese caso el remitente no puede negar haber enviado el mensaje a ese destino y el destinatario no puede negar haberlo recibido.

La firma digital es una herramienta que permite garantizar la autoría e integridad de los documentos digitales y goza de la misma seguridad que tienen los documentos en soporte papel; es un instrumento que posee características

técnicas y normas propias, lo que permite crear y verificar las firmas digitales; cuenta, además, con regulaciones que garantizan el valor legal de éstas.

La firma digital es un conjunto de datos asociados a un mensaje enviado digitalmente, que garantiza la identidad del firmante y el mensaje.

La herramienta fundamental para cumplir con estas condiciones consiste en una serie de mecanismos basados en técnicas criptográficas, en particular los mensajes cifrados, simétricos (usando la misma clave para cifrar y descifrar) o asimétricos (cada parte tiene una clave pública y una privada). Para evitar el cambio de identidades es necesario contar con una tercera parte confiable que acredite de forma fehaciente cuál es la clave pública de cada persona o entidad. Ésa es la función básica de la entidad certificante, y un certificado emitido por ésta contiene la identidad del usuario, su clave pública y período de validez, todo ello firmado digitalmente con la clave privada, que es certificada por la autoridad certificante a fin de que no pueda ser falsificada.

La firma digital funciona a través de procedimientos matemáticos complejos, que vinculan lo informado por el firmante, permiten que un tercero pueda reconocer la identidad del firmante así como la información enviada, la que no ha sido alterada ni modificada.

El firmante, a través de una función matemática, crea una huella digital del mensaje en forma cifrada y con su clave privada, la así llamada firma digital. El firmante adjunta al documento su clave privada, clave que él sólo puede producir.

Para la creación y verificación de la autenticidad de la firma digital se utilizan procedimientos matemáticos basados en la criptografía asimétrica.

Cada usuario tiene una clave pública y una clave privada, y aunque están unidas entre sí, no puede conocerse la clave privada a través de la clave pública, ni tampoco a través de los documentos cifrados que ese usuario envíe.

Los certificados digitales son documentos digitales que dan fe de la vinculación entre la clave pública y una persona o una institución, lo que permite verificar que una clave pública pertenece a una persona determinada. Este certificado contiene una clave pública, un nombre, una fecha de expiración, el nombre de la Autoridad Certificante, un número, y está firmado digitalmente por su emisor.

Para la legislación argentina, firma digital y firma electrónica no son lo mismo; en relación con la firma digital existe presunción *juris tantum* de que un documento firmado digitalmente, salvo prueba en contrario, proviene del suscriptor del certificado; con respecto a la firma electrónica, en caso de ser desconocida por su titular, corresponde a éste acreditar su validez.

Para que un documento se considere firmado digitalmente se requiere que el certificado digital del firmante haya sido emitido por un certificador licenciado, es decir, con aprobación del Ente Licenciante.

Es importante recordar que la designación de “firma digital” en la legislación argentina es equivalente a “firma avanzada”, que utiliza la Comunidad Europea o “firma electrónica”, utilizada en Chile y Brasil.

El comercio electrónico y los derechos del consumidor

Se aplican al comercio electrónico todas las normas en materia de protección del derecho del consumidor, si bien estableciendo algunas especificaciones. Son aplicables a esta forma de comercio las normas de las ventas a distancia, la actividad publicitaria y las que contemplen la publicidad y promoción de determinados productos y servicios, así como también normas sobre regulación de importaciones, producción, transformación, almacenamiento, transporte, distribución y uso de los bienes y servicios existentes, considerando las limitaciones y condiciones de la venta de ciertos productos o la necesidad de autorizaciones o registros.

Se debe poner a disposición del cliente potencial de productos y servicios ofrecidos una información veraz, eficaz y suficiente sobre sus características esenciales; es el derecho a la información que tiene el futuro consumidor por red y la obligación del ofertante.

El contrato que se suscribe *on line* deberá ajustarse a una determinada normativa para garantizar el equilibrio de las contraprestaciones de las partes, por lo cual no deberán contener cláusulas abusivas y cumplir las exigencias normativas contempladas en la contratación a distancia.

Los productos que se ofrezcan deberán tener garantías exigibles y contar, además, con procedimientos de reclamo eficaces, que permitan la renuncia o devolución de los productos.

En USA, empresas que se manejan con comercio electrónico ofrecen a los compradores, en el caso de que surja un conflicto, la posibilidad de recurrir a mediación, servicio que aunque el cliente no use, le otorga honestidad, confianza y valor a la transacción.

Derecho comunitario

La Comunidad Europea obliga a los Estados miembros a: a) eliminar las barreras formales para la conclusión de los contratos electrónicos a fin de mejorar la certeza legal de las transacciones por vía electrónica, b) eliminar las disposiciones que prohíban o limiten la utilización de las vías electrónicas y c) no otorgar al contrato celebrado por vía electrónica un efecto jurídico escaso, lo que favorecería la utilización de contratos en soporte papel. Este ordenamiento es un claro impulso a la utilización del comercio electrónico.

La Comunidad Europea ha excluido de esta normativa a: a) los contratos de creación o transferencia en materia inmobiliaria con excepción de los contratos de locación o arrendamientos, b) los contratos que requieran por ley la intervención de autoridades judiciales, públicas o profesionales que ejerzan una función pública (notarios), c) los contratos de crédito y caución y las garantías presentadas por personas que actúan por motivos ajenos a su actividad económica, negocio o profesión y d) contratos en materia de derecho de familia o sucesiones.

En los contratos con el consumidor, a fin de que la contratación sea segura, el prestador de servicios debe facilitar una información a) clara, comprensible e inequívoca antes de que el futuro adquirente concrete su compra, b) so-

bre los pasos técnicos para celebrar el contrato, c) sobre la posibilidad de que el adquirente exprese su voluntad de registrar, o no, el contrato a celebrarse y si éste va a ser accesible (protección de datos personales), d) sobre las formas o medios técnicos para identificar y corregir los posibles errores de identificación de introducción de datos antes de efectuar el pedido, e) sobre los idiomas ofrecidos para la celebración del contrato, f) sobre los códigos de conducta y su facilitación para consulta y g) sobre la disponibilidad para almacenar y reproducir las condiciones generales de los contratos. Todas estas condiciones y exigencias son perfectamente aplicables al comercio electrónico.

Derecho y realidad argentina en materia de comercio electrónico

La Argentina no cuenta aún con legislación que regule el comercio electrónico.

Las II Jornadas Bonaerenses de Derecho Civil, Comercial y Procesal (Junín, Prov. de Buenos Aires, 1986) declararon que ante la relación negocial que se establezca entre ordenadores dotados de sistemas expertos y la posibilidad de que de ellas surja una convención, debe analizarse si, para considerar que se ha configurado un contrato, es necesaria una reforma legislativa que contemple expresamente esta hipótesis, o si basta al respecto lo dispuesto por las actuales normas de derecho común.

En las XI Jornadas Nacionales de Derecho Civil del año 1987 se afirmó que: “1. El Código Civil vigente admite la categoría de instrumentos públicos y particulares. Los instrumentos particulares firmados son instrumentos privados. 2. Los instrumentos particulares pueden tener cualquier tipo de soporte, no siendo indispensable que la manifestación de voluntad se exprese por escrito (art. 917 CC). 3. Los instrumentos particulares son aptos para realizar actos jurídicos con otra forma impuesta”.

El proyecto de Código Civil de 1998 establece que (art. 263): “La expresión escrita puede tener lugar por instrumentos particulares firmados o no firmados, salvo los casos en que determinada forma de instrumento sea exclusivamente impuesta. Puede hacerse constar en cualquier soporte siempre que su contenido pueda ser representado como texto inteligible aunque para su lectura se requiera la intervención de medios técnicos” y (art. 264): “Son instrumentos particulares, si no están firmados los impresos, los registros visuales o auditivos de cosas o hechos y, cualquiera que sea el medio empleado, los registros de la palabra e información, y en general todo escrito no firmado”. En este anteproyecto no se trató específicamente el comercio electrónico y su regulación.

A la contratación llevada a cabo por medios electrónicos podría aplicarse lo establecido para los contratos realizados entre ausentes, así por ejemplo, el efectuado por correspondencia epistolar, si bien esta alternativa no responde a la realidad por la inexistencia del soporte papel, así como también por el elemento tiempo necesario en los contratos entre ausentes, que toma días o más para llegar a destino.

En los considerandos del anteproyecto de Ley de Formato Digital de los Actos Jurídicos y Comercio Electrónico, elaborado por la Subsecretaría de Relaciones Institucionales de la Jefatura del Gabinete de Ministros, se estableció que desde 1997 en que el Estado de Utah, Estados Unidos, reguló el comercio electrónico a través de *Digital Signature Act*, todos los países industrializados han elaborado proyectos y políticas destinados a participar de la “Sociedad de la Información”, habiendo llegado a la Organización Mundial del Comercio –OMC–, sede natural de tema y, ante la ausencia de normas jurídicas en relación con el comercio electrónico, era necesario tratar la normativa así como también los aspectos técnicos para brindar una regulación apropiada. Es importante recordar que actualmente la información ha pasado a ser el cuarto factor económico, habiendo superado a las materias primas, al trabajo, al capital; todo esto presenta una característica: el bajo costo de esta forma de comerciar. En el anteproyecto se tuvieron en cuenta los modelos de la Ley Modelo sobre comercio electrónico, de la Comisión de Naciones Unidas para el Derecho Mercantil (CNUDM), aprobada en NY en 1996, la Directiva de la Unión Europea sobre Comercio Electrónico de 1997, así como también las disposiciones de la Organización Mundial de Comercio –OMC– y las recomendaciones de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico –OCDE–. Entre los principios rectores del anteproyecto figuraba el de promover la compatibilidad con el marco jurídico internacional para posibilitar la inserción de la Argentina en el mercado mundial del comercio electrónico.

Particularmente y en relación con las garantías del comercio electrónico, el anteproyecto establece que las normas generales especiales de defensa del consumidor, lealtad comercial y defensa de la competencia son de aplicación plena a los actos jurídicos celebrados por documentos digitales. En el anteproyecto y a los fines del consumidor, se establece que el usuario o consumidor, previo al consentimiento, deberá disponer de la siguiente información: a) derecho a realizar la transacción por otro medio y, si lo solicita, copia en papel de la documentación, b) derecho a revocar el consentimiento e información sobre las condiciones y procedimientos, costos eventuales y consecuencia de la revocación, c) alcance del consentimiento a prestar, d) obligación del oferente de mantener actualizada la información para que el usuario o consumidor establezcan contacto con los requerimientos técnicos básicos para acceder y conservar la documentación, e) obligación del oferente de proveer anticipadamente información sobre cualquier variación relativa a los requerimientos técnicos y f) derecho del consumidor a revocar el consentimiento sin costo por causas de variaciones en los estándares técnicos.

En el anteproyecto se establece que en materia de protección al consumidor serán de aplicación las normas generales de lealtad comercial y defensa de la competencia y que para la celebración del contrato es necesario, previo al consentimiento, que el usuario cuente con información sobre su derecho a realizar una transacción por otros medios, así como a pedir una copia de la documentación en papel si lo solicita, derecho a revocar el consentimiento, las formas y costos para hacerlo, el alcance del consentimiento y la obligación del

oferente a mantener actualizada la información. Los oferentes pueden requerir información de sus clientes a los fines comerciales en cada caso y sólo podrán ceder a un tercero esta información total o parcialmente si cuentan con el consentimiento expreso del usuario.

Las nuevas tecnologías en el notariado español

España ha creado el Instituto Notarial para las Tecnologías de la Información y trabaja actualmente para dotar a los notarios de una Plataforma Tecnológica que les permita la modernización de los instrumentos tecnológicos de la profesión notarial, función que aportará seguridad y garantías a la aplicación de las nuevas tecnologías.

En el año 2001 la respuesta tecnológica del notariado español fue la extensión del uso de la firma electrónica a las 3000 notarías del país.

Además, proyectan la creación de una red europea de registros de última voluntad, que permitirá a cualquier ciudadano de la Unión Europea conocer los testamentos otorgados en un país miembro.

En la actualidad se gestionan por vía electrónica préstamos personales e hipotecarios y se proyecta que, con su firma electrónica, el notario pueda entrar en la Oficina Virtual de Catastro para obtener la referencia catastral de cualquier inmueble, obtener certificaciones telemáticas de defunciones, testamentos, pago de impuestos, etc. Actualmente en este país los notarios se envían copias electrónicas de documentos públicos, pues una vez autorizada una escritura en una notaría, el archivo informático puede ser enviado a otra en donde se necesite la copia auténtica. La firma electrónica notarial garantiza la inalterabilidad de esa copia, de modo que el notario que la recibe puede imprimir el documento, que conserva su carácter de documento público. Los notarios pueden remitir copias simples o firmadas electrónicamente de escrituras o actas.

La firma digital en la legislación argentina

La firma digital en la República Argentina está regulada por la ley 25506 (14/12/01), posteriormente reglamentada (20/12/02).

La autoridad de aplicación de la ley es la Jefatura de Gabinete de Ministros, organismo facultado para establecer normas y procedimientos técnicos necesarios para su implementación, función que puede ser también realizada por la Oficina Nacional de Tecnología e Información.

La Comisión Asesora para la Infraestructura de Firma Digital funciona dentro del ámbito de la Subsecretaría de la Gestión Pública. Existe, además, un ente licenciante, que es el órgano técnico administrativo encargado de otorgar las licencias a los certificadores así como de supervisar su actividad. Los certificadores licenciados son personas de existencia ideal, registro público de contratos que proveen servicios de certificaciones de acuerdo con la ley 25506. La confiabilidad y calidad de los sistemas utilizados por los certificadores se establece mediante auditorías.

El certificador licenciado puede ser una persona de existencia ideal, registro público de contratos u organismo público que expide certificados y presta

otros servicios en relación con la firma digital, mediante una licencia que le es otorgada por el ente licenciante, función que a partir de noviembre de 2003 es cumplida por la Oficina Nacional de Tecnologías Informáticas.

El Consejo Federal del Notariado Argentino, a través de CertiSur S. A. Entidad Certificante, ofrece a los miembros del notariado la posibilidad de solicitar su Identificador Digital (Certificado Digital), para lo cual el notario debe: 1) completar un formulario de adhesión con los datos personales impresos del solicitante, firmado y con la firma certificada por el colegio al que pertenece; 2) luego la Entidad Certificante le remitirá dos códigos personales a la dirección informada en el formulario de adhesión; 3) completar la solicitud de Identificador Digital utilizando los códigos que le fueron enviados en 2), y 4) verificar si su identificador se encuentra correctamente instalado y efectuar una copia de seguridad de éste. Para poder tramitar un identificador digital es necesario ser escribano, tener cuenta de correo electrónico y estar conectado con Internet Explorer además de poner a disposición toda la información necesaria para su implementación y uso.

Conclusiones

a) Hace más de medio siglo, el economista Schumpeter hablaba de la “destrucción creativa”, originada por innovaciones que destruirían las tecnologías y los métodos de producción existentes, si bien pronosticaba que surgirían simultáneamente nuevos productos y configuraciones más eficientes.

Esta situación, que no se da sólo en países desarrollados sino también en aquellos de economías emergentes, ocasiona en estos últimos crisis económicas y sociales, a pesar de lo cual están inmersos en los cambios, tratando de incluirse con grandes esfuerzos.

Si comparamos la revolución que se ha producido en el campo de las telecomunicaciones, podemos decir que estamos en presencia de una revolución copernicana, que ha provocado lo que se llama la “Sociedad de la Información”, frente a la cual el notariado debe incorporarse, respondiendo al reto que plantean las nuevas tecnologías, manteniendo los principios jurídicos del sistema latino de seguridad preventiva, en la cual el notario controla la legalidad de los documentos, asesora a las partes y dota de fe pública a su actuación que, por definición, es imparcial.

b) El comercio electrónico tiene fuertes incentivos económicos, reducción de costos administrativos e impositivos, acortamiento de los procesos de distribución e intermediación, posibilidad de operar durante todo el día, superación de las barreras nacionales y rapidez en las transacciones.

c) El comercio electrónico fomenta el desarrollo de las PYMES, eje de la economía actual, a las cuales se les deberá facilitar información y asesoramiento sobre los bienes y servicios necesarios para poder aprovechar las ventajas del comercio electrónico.

d) La regulación de la firma digital en el ámbito nacional y su aplicación en el área impositiva constituyó para el notariado un cimbronazo; reemplazar los tradicionales formularios para el pago de impuesto de sellos, impuesto a la

transferencia de inmuebles y ganancias por el pago por Internet fue un cambio al que el notario se ha adaptado.

e) Debemos reconocer que será necesario implementar el uso de la firma digital para que el notario pueda vincularse directamente con organismos administrativos.

f) Es fundamental reconocer la importancia de agilizar la utilización de la firma digital, lo que permitirá el ingreso a los mercados electrónicos europeos, americanos y regionales como un medio de estímulo de la actividad económica.

g) En relación con el comercio electrónico, es necesario generar y garantizar confianza en el consumidor, para lo cual es fundamental difundir entre los usuarios los derechos a la información y la obligación de informar por parte del vendedor sobre las formas y características de esta forma de contratar.

h) El notariado garantizador de la seguridad jurídica y protagonista de la revolución tecnológica que se está viviendo en esta sociedad globalizada debe involucrarse en esta nueva modalidad contractual, incorporando a su actividad el uso de la firma digital e incrementando su aplicación, a medida que la tecnología garantice su invulnerabilidad.

Bibliografía

Bassi, Roxana y Caruso, Vera, "Internet y Comercio Electrónico", 2002.

Copello, Héctor A. y Fernández, Héctor D., "Contratos informáticos y seguridad en las comunicaciones electrónicas", *La Ley*, t. 2002, Sec. Doctrina.

Directiva Comunitaria del Comercio Electrónico: Aspectos Contractuales.

Katz, Flora M., "Negociación y Tecnología: *e-commerce* y las negociaciones comerciales *on line*", *La Ley*, Doctrina Judicial. 2000-3.

McKnight, Lee; Vaaler M- Paul; Katz, Raul, Editors, *Creative Destruction*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, London, England, 2001.

Katz, Flora M., "La mediación por e-mail y el comercio electrónico", *La Ley*, Doctrina Judicial, 2003-Nº47.

"Firma digital", *La Nación*, 1/11/03.

Lynch, Horacio M., "Notas sobre el Derecho en la Era Digital", *La Ley*, t. 1996-B, Sección Doctrina.

Lorenzetti, Ricardo Luis, *Tratado de los Contratos*, t. III, Rubinzal- Culzoni, 2000.

Rezzónico, Juan Carlos, *Contratos con cláusulas predispuestas*, Astrea, 1987.

Wu, Jenai y Lawz, David, "Trust and Other-Anxiety in Negotiations: Dynamics Across Boundaries of Self and Culture", *Negotiation Journal*, V.19, Nº 4, 2003.