

XXIX JORNADAS NACIONALES DE DERECHO CIVIL

Comisión N° 4 – Derecho de Consumo

Tema: “Responsabilidad de las plataformas y otros participantes (“*influencers*”) en entornos digitales”

Autoridades:

Conferencista: Gabriel Stiglitz

Presidentes: María Valentina Aicega, Alejandro Borda y Sandra A. Frustagli.

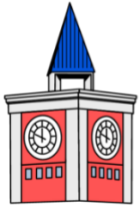
Vicepresidentes: Paula A. Castro, Demetrio Alejandro Chamatrópulos y José H. Sahián.

Relator: Andrea Imbrogno.

Secretario: Marcelo Nicolás Piccardi

Nómina de ponentes: María Valentina Aicega; Esteban Javier Arias Cáu y Jorge Gustavo Tamayo Silva; María Paula Arias y Virginia Dagotto; Aldo Marcelo Azar; S. Sebastián Barocelli; Daniel J. Bonino y Nicolás Pallás; María Raquel Burgueño y Mariela Paola del Río; Hernán C. Caravario; Mariano Lino Churrugarín; Juan Ignacio Cruz Matteri y Fiorella Guadalupe Lezana Divarvaro; José Miguel Cruz; María Florencia Culasso; Ricardo Sebastián Danuzzo y María Susana Zamudio; Esther H. Silvia Ferrer, Paula Noelia Bermejo y Lucía Martínez Lima; Laura Gabriela Fiasche y Sebastián Varni; Carlos Alberto Fossaceca; Juan Franco Carrara; Sandra Frustagli y Julieta Trivisonno; Mario César Gianfelici y Florencia Romina Gianfelici; Andrea Imbrogno y Ezequiel Valicenti; Vanesa S. Jagou; Belen Japaze; Mario Rodolfo Leal, Marcos Rossi y Franco Orellana; Diego Alejandro Lo Giudice; Débora Tatiana Marhaba Mezzabotta; Tiberio Maximiliano Pardiñas; Marcelo Nicolás Piccardi; Graciela Gloria Pinese; José Luis Ramón; Karina Vanesa Salierno; Carlos Silvero Fernández; Julieta C. Tabares.

Miembros titulares presentes: María Valentina Aicega; María Paula Arias; Aldo Marcelo Azar; Sebastián Barocelli; Nicolás Pallas; Mariano Lino Churrugarin; José Miguel Cruz; Florencia Culasso; Juan Franco Carrara; Sandra A. Frustagli; Julieta Trivisonno; Andrea Imbrogno; Ezequiel Valicenti; Vanesa S. Jagou; Tiberio



Maximiliano Pardiñas; Marcelo Nicolás Piccardi; Graciela Gloria Pinese; Gabriel Stiglitz; Demetrio Alejandro Chamatropulos; Alejandro Borda; Paula A. Castro; José H. Sahian; María Constanza Garzino; Claudio Leiva.

Comisión redactora: Gabriel Stiglitz, María Valentina Aicega, Alejandro Borda, Sandra A. Frustagli, Paula A. Castro, José H. Sahián, Andrea Imbrogno y Marcelo Nicolás Piccardi.

RESPONSABILIDAD CIVIL DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES FRENTE A LOS CONSUMIDORES

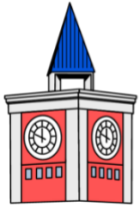
I. CUESTIONES GENERALES

1. La protección de los consumidores en los entornos digitales debe ser análoga a la otorgada en las relaciones de consumo entre presentes. Este principio se complementa, además, con los restantes principios generales del sistema de defensa del consumidor, con especial énfasis en el principio de protección acentuada de las personas hipervulnerables.

Por unanimidad: María Valentina Aicega; María Paula Arias; Aldo Marcelo Azar; Sebastián Barocelli; Nicolás Pallas; Mariano Lino Churrugarin; José Miguel Cruz; Florencia Culasso; Juan Franco Carrara; Sandra A. Frustagli; Julieta Trivisonno; Andrea Imbrogno; Ezequiel Valicenti; Vanesa S. Jagou; Tiberio Maximiliano Pardiñas; Marcelo Nicolás Piccardi; Graciela Gloria Pinese; Gabriel Stiglitz; Demetrio Alejandro Chamatropulos; Alejandro Borda; Paula A. Castro; José H. Sahian; María Constanza Garzino; Claudio Leiva.

2. El principio de primacía de la realidad económica exige considerar los diferentes modos de actuación y modelos de negocios que subyacen detrás de las estructuras de plataformas digitales, redes sociales y aplicaciones, a los fines de determinar su responsabilidad civil.

Por unanimidad: María Valentina Aicega; María Paula Arias; Aldo Marcelo Azar; Sebastián Barocelli; Nicolás Pallas; Mariano Lino Churrugarin; José Miguel Cruz; Florencia Culasso; Juan Franco Carrara; Sandra A. Frustagli; Julieta Trivisonno; Andrea Imbrogno; Ezequiel Valicenti; Vanesa S. Jagou; Tiberio Maximiliano Pardiñas; Marcelo Nicolás Piccardi; Graciela Gloria Pinese; Gabriel Stiglitz; Demetrio Alejandro



Chamatropulos; Alejandro Borda; Paula A. Castro; José H. Sahian; María Constanza Garzino; Claudio Leiva.

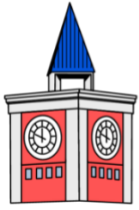
3. El complejo entramado tecnológico y la red de relaciones contractuales que sustentan el funcionamiento de las plataformas digitales las convierten en sistemas expertos fiables; por ende, el principio de confianza –de profunda raigambre en el sistema protectorio del consumidor para tutelar sus legítimas y objetivas expectativas (arts. 7, 8, 40 Ley 24.240, arts. 1103 y 1067 CCCN)–, constituye en el Derecho nacional una de las principales directrices a los fines de resolver conflictos relativos a la imputación de responsabilidad de las plataformas en línea frente a los consumidores.

Por unanimidad: María Valentina Aicega; María Paula Arias; Aldo Marcelo Azar; Sebastián Barocelli; Nicolás Pallas; Mariano Lino Churrugarin; José Miguel Cruz; Florencia Culasso; Juan Franco Carrara; Sandra A. Frustagli; Julieta Trivisonno; Andrea Imbrogno; Ezequiel Valicenti; Vanesa S. Jagou; Tiberio Maximiliano Pardiñas; Marcelo Nicolás Piccardi; Graciela Gloria Pinese; Gabriel Stiglitz; Demetrio Alejandro Chamatropulos; Alejandro Borda; Paula A. Castro; José H. Sahian; María Constanza Garzino; Claudio Leiva.

4. La temática de la responsabilidad de las plataformas de comercio online se inserta en el ámbito de la conexidad contractual, cuyas directrices básicas se encuentran reguladas en los arts. 1073 y ss. del CCyC, puesto que en la contratación a través de plataformas digitales se celebran –como mínimo– tres contratos que se encuentran conectados entre sí por una teleología común, que excede a la finalidad individual de cada uno de ellos.

Por unanimidad: María Valentina Aicega; María Paula Arias; Aldo Marcelo Azar; Sebastián Barocelli; Nicolás Pallas; Mariano Lino Churrugarin; José Miguel Cruz; Florencia Culasso; Juan Franco Carrara; Sandra A. Frustagli; Julieta Trivisonno; Andrea Imbrogno; Ezequiel Valicenti; Vanesa S. Jagou; Tiberio Maximiliano Pardiñas; Marcelo Nicolás Piccardi; Graciela Gloria Pinese; Gabriel Stiglitz; Demetrio Alejandro Chamatropulos; Alejandro Borda; Paula A. Castro; José H. Sahian; María Constanza Garzino; Claudio Leiva.

5. Los términos y condiciones fijados por las plataformas digitales no pueden limitar ni excluir la responsabilidad civil de aquéllas. De existir se los debe tener por no escritos, de conformidad con los arts. 988, 1117 y 1119, CCyCN y 37 de la ley 24.240.



Por unanimidad: María Valentina Aicega; María Paula Arias; Aldo Marcelo Azar; Sebastián Barocelli; Nicolás Pallas; Mariano Lino Churrugarin; José Miguel Cruz; Florencia Culasso; Juan Franco Carrara; Sandra A. Frustagli; Julieta Trivisonno; Andrea Imbrogno; Ezequiel Valicenti; Vanesa S. Jagou; Tiberio Maximiliano Pardiñas; Marcelo Nicolás Piccardi; Graciela Gloria Pinese; Gabriel Stiglitz; Demetrio Alejandro Chamatropulos; Alejandro Borda; Paula A. Castro; José H. Sahian; María Constanza Garzino; Claudio Leiva.

6. Pese a la ausencia de reglas específicas que regulen la responsabilidad civil de las plataformas, nuestro sistema de Derecho del Consumidor permite, a través del diálogo de fuentes, construir respuestas jurídicas que den solución a los conflictos que se generen por su uso.

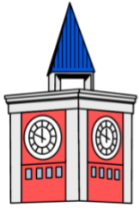
Por unanimidad: María Valentina Aicega; María Paula Arias; Aldo Marcelo Azar; Sebastián Barocelli; Nicolás Pallas; Mariano Lino Churrugarin; José Miguel Cruz; Florencia Culasso; Juan Franco Carrara; Sandra A. Frustagli; Julieta Trivisonno; Andrea Imbrogno; Ezequiel Valicenti; Vanesa S. Jagou; Tiberio Maximiliano Pardiñas; Marcelo Nicolás Piccardi; Graciela Gloria Pinese; Gabriel Stiglitz; Demetrio Alejandro Chamatropulos; Alejandro Borda; Paula A. Castro; José H. Sahian; María Constanza Garzino; Claudio Leiva.

II. RESPONSABILIDAD POR DAÑOS AL CONSUMIDOR DERIVADOS DEL INCUMPLIMIENTO DE DEBERES INCUMBENTES AL ROL DE PROVEEDOR

7. Las plataformas digitales como proveedoras responden por el incumplimiento de los deberes de información, seguridad y trato digno, los cuales se agravan en función de la complejidad del entorno tecnológico.

En tal sentido:

- (i) El deber de informar comprende, entre otros aspectos, la comunicación en forma clara, destacada, accesible y completa a los consumidores del real y efectivo rol de la plataforma en la operación económica.
- (ii) La obligación de seguridad se extiende al resguardo de la salud, la integridad física del consumidor, la intimidad, sus intereses económicos, preservación de la privacidad de los datos personales y de asegurar la trazabilidad de los proveedores.
- (iii) El deber de brindar trato digno y no discriminatorio obliga a las plataformas a adoptar mecanismos que habiliten al consumidor a



conocer los parámetros utilizados para el direccionamiento publicitario a fin de que puedan modificarlos; a conocer los sistemas de recomendación de información, y a poner a su disposición mecanismos que le permitan oponerse a recibir publicidad directa. Este deber se intensifica frente a niños, niñas y adolescentes y otras situaciones de hipervulnerabilidad.

Por unanimidad: María Valentina Aicega; María Paula Arias; Aldo Marcelo Azar; Sebastián Barocelli; Nicolás Pallas; Mariano Lino Churruarin; José Miguel Cruz; Florencia Culasso; Juan Franco Carrara; Sandra A. Frustagli; Julieta Trivisonno; Andrea Imbrogno; Ezequiel Valicenti; Vanesa S. Jagou; Tiberio Maximiliano Pardiñas; Marcelo Nicolás Piccardi; Graciela Gloria Pinese; Gabriel Stiglitz; Demetrio Alejandro Chamatropulos; Alejandro Borda; Paula A. Castro; José H. Sahian; María Constanza Garzino; Claudio Leiva.

8. Cuando la plataforma provee bienes de manera directa a los consumidores su responsabilidad por sus propios incumplimientos es objetiva (art. 10 bis, ley 24.240).

Por mayoría: María Valentina Aicega; María Paula Arias; Aldo Marcelo Azar; Sebastián Barocelli; Nicolás Pallas; Mariano Lino Churruarin; José Miguel Cruz; Florencia Culasso; Juan Franco Carrara; Sandra A. Frustagli; Julieta Trivisonno; Andrea Imbrogno; Ezequiel Valicenti; Vanesa S. Jagou; Tiberio Maximiliano Pardiñas; Marcelo Nicolás Piccardi; Graciela Gloria Pinese; Gabriel Stiglitz; Demetrio Alejandro Chamatropulos; Alejandro Borda; Paula A. Castro; José H. Sahian; María Constanza Garzino; Claudio Leiva.

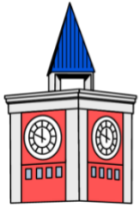
En contra: Vanesa S. Jagou.

Se abstiene: Aldo Marcelo Azar.

III. RESPONSABILIDAD POR DAÑOS AL CONSUMIDOR DERIVADOS DE INCUMPLIMIENTOS DE TERCEROS PROVEEDORES

9.

a. *Despacho de mayoría:* La responsabilidad de la plataforma digital por daños al consumidor derivados de incumplimientos de terceros proveedores es objetiva y se funda, sea en el riesgo de la actividad,



sea en la obligación de seguridad, sea en la generación de confianza, sea en el defecto del producto.

Firmantes: María Valentina Aicega; María Paula Arias; Aldo Marcelo Azar; Sebastián Barocelli; Nicolás Pallas; Mariano Lino Churrugarin; José Miguel Cruz; Florencia Culasso; Juan Franco Carrara; Sandra A. Frustagli; Julieta Trivisonno; Andrea Imbrogno; Ezequiel Valicenti; Vanesa S. Jagou; Tiberio Maximiliano Pardiñas; Marcelo Nicolás Piccardi; Graciela Gloria Pinese; Gabriel Stiglitz; Demetrio Alejandro Chamatropulos; Alejandro Borda; Paula A. Castro; José H. Sahian; María Constanza Garzino; Claudio Leiva.

- b. *Despacho de minoría:* La responsabilidad de la plataforma digital por daños al consumidor derivados de incumplimientos de terceros proveedores puede ser objetiva o subjetiva, según se trate que la obligación asumida por la plataforma sea de medios o de resultado, o sea por su participación activa o pasiva.

Firmantes: Ezequiel Valicenti y Vanesa S. Jagou.

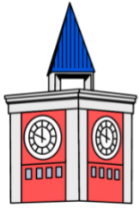
IV. RESPONSABILIDAD POR DAÑOS AL CONSUMIDOR DERIVADOS DE CONTENIDOS ILÍCITOS ALOJADOS POR TERCEROS

10.

- a. *Despacho de mayoría:* La plataforma digital responde por los daños al consumidor derivados de contenidos ilícitos alojados por terceros, en la medida que la plataforma conozca o hubiera debido conocer su existencia.

Firmantes: María Valentina Aicega; María Paula Arias; Aldo Marcelo Azar; Nicolás Pallas; Mariano Lino Churrugarin; Florencia Culasso; Juan Franco Carrara; Sandra A. Frustagli; Julieta Trivisonno; Andrea Imbrogno; Ezequiel Valicenti; Vanesa S. Jagou; Tiberio Maximiliano Pardiñas; Marcelo Nicolás Piccardi; Graciela Gloria Pinese; Alejandro Borda; Paula A. Castro; José H. Sahian; María Constanza Garzino; Claudio Leiva.

- b. *Despacho de minoría:* La plataforma digital responde por los daños al consumidor derivados de contenidos ilícitos alojados por terceros.



Firmantes: Demetrio Alejandro Chamatropulos; Sebastián Barocelli; Gabriel Stiglitz; José Miguel Cruz.

11. La plataforma digital tiene el deber de advertir a los consumidores cuando se haya tomado conocimiento de la ilicitud o peligrosidad de bienes comercializados por terceros a través de la plataforma.

Por mayoría: María Valentina Aicega; María Paula Arias; Aldo Marcelo Azar; Nicolás Pallas; Mariano Lino Churrugarin; José Miguel Cruz; Florencia Culasso; Juan Franco Carrara; Sandra A. Frustagli; Julieta Trivisonno; Andrea Imbrogno; Ezequiel Valicenti; Tiberio Maximiliano Pardiñas; Marcelo Nicolás Piccardi; Graciela Gloria Pinese; Gabriel Stiglitz; Alejandro Borda; Paula A. Castro; José H. Sahian; María Constanza Garzino; Claudio Leiva.

Se abstienen: Demetrio Alejandro Chamatropulos; Sebastián Barocelli; Vanesa S. Jagou.

RESPONSABILIDAD CIVIL DE LOS “INFLUENCERS”

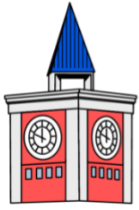
V. CUESTIONES GENERALES

12. Caracterización:

Influencers o Influenciadores son personas que poseen la capacidad de influir de alguna manera en el comportamiento de sus seguidores, en las redes sociales.

Como evolución emergen los llamados influencers virtuales, que son perfiles generados por Inteligencia Artificial, a quienes sus creadores dotan de una personalidad completa y de datos e información para que, con el aprendizaje automático, puedan adaptarse de la forma más autónoma posible.

Por unanimidad: María Valentina Aicega; María Paula Arias; Aldo Marcelo Azar; Sebastián Barocelli; Nicolás Pallas; Mariano Lino Churrugarin; José Miguel Cruz; Florencia Culasso; Juan Franco Carrara; Sandra A. Frustagli; Julieta Trivisonno; Andrea Imbrogno; Ezequiel Valicenti; Vanesa S. Jagou; Tiberio Maximiliano Pardiñas; Marcelo Nicolás Piccardi; Graciela Gloria Pinese; Gabriel Stiglitz; Demetrio Alejandro Chamatropulos; Alejandro Borda; Paula A. Castro; José H. Sahian; María Constanza Garzino; Claudio Leiva.



13. **Transparencia publicitaria:** Las pautas de transparencia publicitaria exige que el influencer deba revelar la vinculación que tiene con el anunciante que haya encargado la difusión y advertir que el contenido difundido, en su mensaje, tiene carácter publicitario, aspectos que deben ser dados a conocer cumpliendo con los requisitos que debe revestir la información.

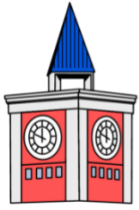
Por unanimidad: María Valentina Aicega; María Paula Arias; Aldo Marcelo Azar; Sebastián Barocelli; Nicolás Pallas; Mariano Lino Churrugarin; José Miguel Cruz; Florencia Culasso; Juan Franco Carrara; Sandra A. Frustagli; Julieta Trivisonno; Andrea Imbrogno; Ezequiel Valicenti; Vanesa S. Jagou; Tiberio Maximiliano Pardiñas; Marcelo Nicolás Piccardi; Graciela Gloria Pinese; Gabriel Stiglitz; Demetrio Alejandro Chamatropulos; Alejandro Borda; Paula A. Castro; José H. Sahian; María Constanza Garzino; Claudio Leiva.

VI. **RESPONSABILIDAD POR DAÑOS AL CONSUMIDOR DERIVADOS DE LA ACTUACIÓN DE LOS *INFLUENCERS*.**

14. La responsabilidad civil del influencer por el contenido del mensaje publicitario es, por regla general, subjetiva y en la medida que se pruebe su culpa o dolo y se verifiquen el resto de los presupuestos de la responsabilidad civil. Por excepción, la responsabilidad es objetiva cuando haya actuado como proveedor o haya generado una especial confianza en el consumidor, considerando las circunstancias del caso, o promocióne actividades manifiestamente ilícitas o conductas ostensiblemente riesgosas o peligrosas para el consumidor.

Por mayoría: María Valentina Aicega; María Paula Arias; Aldo Marcelo Azar; Sebastián Barocelli; Nicolás Pallas; Mariano Lino Churrugarin; José Miguel Cruz; Florencia Culasso; Juan Franco Carrara; Sandra A. Frustagli; Julieta Trivisonno; Andrea Imbrogno; Ezequiel Valicenti; Tiberio Maximiliano Pardiñas; Graciela Gloria Pinese; Gabriel Stiglitz; Demetrio Alejandro Chamatropulos; Alejandro Borda; Paula A. Castro; José H. Sahian; María Constanza Garzino; Claudio Leiva.

Se abstienen: Marcelo Nicolás Piccardi; Vanesa S. Jagou.



VII. PROPUESTAS DE *LEGE FERENDA* DE REGULACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

15. Se recomienda la aprobación de la codificación proyectada por la comunidad académica, por cuanto regula y sistematiza la materia en debate.

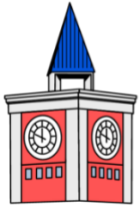
Por unanimidad: María Valentina Aicega; María Paula Arias; Aldo Marcelo Azar; Sebastián Barocelli; Nicolás Pallas; Mariano Lino Churrugarin; José Miguel Cruz; Florencia Culasso; Juan Franco Carrara; Sandra A. Frustagli; Julieta Trivisonno; Andrea Imbrogno; Ezequiel Valicenti; Vanesa S. Jagou; Tiberio Maximiliano Pardiñas; Marcelo Nicolás Piccardi; Graciela Gloria Pinese; Gabriel Stiglitz; Demetrio Alejandro Chamatropulos; Alejandro Borda; Paula A. Castro; José H. Sahian; María Constanza Garzino; Claudio Leiva.

16. Se recomienda la adopción de reglas que prohíban el perfilamiento de NNA y el direccionamiento de publicidad a estos colectivos hipervulnerables; en especial, en aéreas tales como apuestas y juegos en línea.

Por unanimidad: María Valentina Aicega; María Paula Arias; Aldo Marcelo Azar; Sebastián Barocelli; Nicolás Pallas; Mariano Lino Churrugarin; José Miguel Cruz; Florencia Culasso; Juan Franco Carrara; Sandra A. Frustagli; Julieta Trivisonno; Andrea Imbrogno; Ezequiel Valicenti; Vanesa S. Jagou; Tiberio Maximiliano Pardiñas; Marcelo Nicolás Piccardi; Graciela Gloria Pinese; Gabriel Stiglitz; Demetrio Alejandro Chamatropulos; Alejandro Borda; Paula A. Castro; José H. Sahian; María Constanza Garzino; Claudio Leiva.

17. En miras de la prevención del daño, las autoridades públicas deben asumir un rol fundamental en la regulación y el monitoreo de los mercados digitales en pos de la protección de los consumidores, en particular en lo relativo a la tutela de la información, la protección de la salud, seguridad e intereses económicos, las condiciones de atención y trato digno y equitativo, la libertad de elección, la confianza y el acceso a vías eficaces de prevención y resolución de conflictos. En la misma línea, deben acentuarse las políticas de educación digital de los consumidores.

Por unanimidad: María Valentina Aicega; María Paula Arias; Aldo Marcelo Azar; Sebastián Barocelli; Nicolás Pallas; Mariano Lino Churrugarin; José Miguel Cruz; Florencia Culasso; Juan Franco Carrara; Sandra A. Frustagli; Julieta Trivisonno; Andrea Imbrogno; Ezequiel Valicenti; Vanesa S. Jagou; Tiberio Maximiliano Pardiñas; Marcelo Nicolás Piccardi; Graciela Gloria Pinese; Gabriel Stiglitz; Demetrio Alejandro



XXIX Jornadas Nacionales de
Derecho Civil
Buenos Aires, Argentina | 2024



UNIVERSIDAD
AUSTRAL | DERECHO

Chamatropulos; Alejandro Borda; Paula A. Castro; José H. Sahian; María Constanza Garzino; Claudio Leiva.