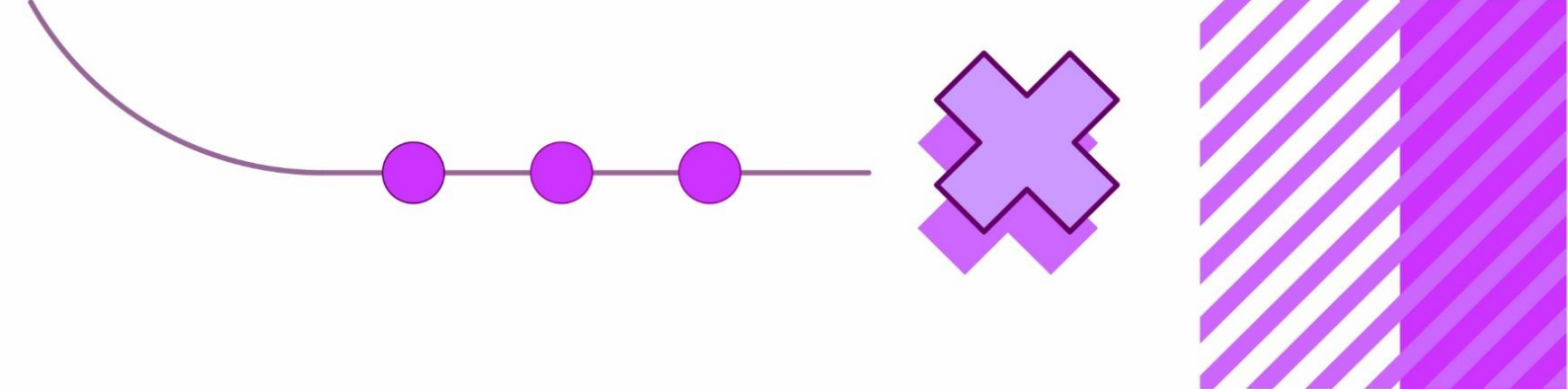


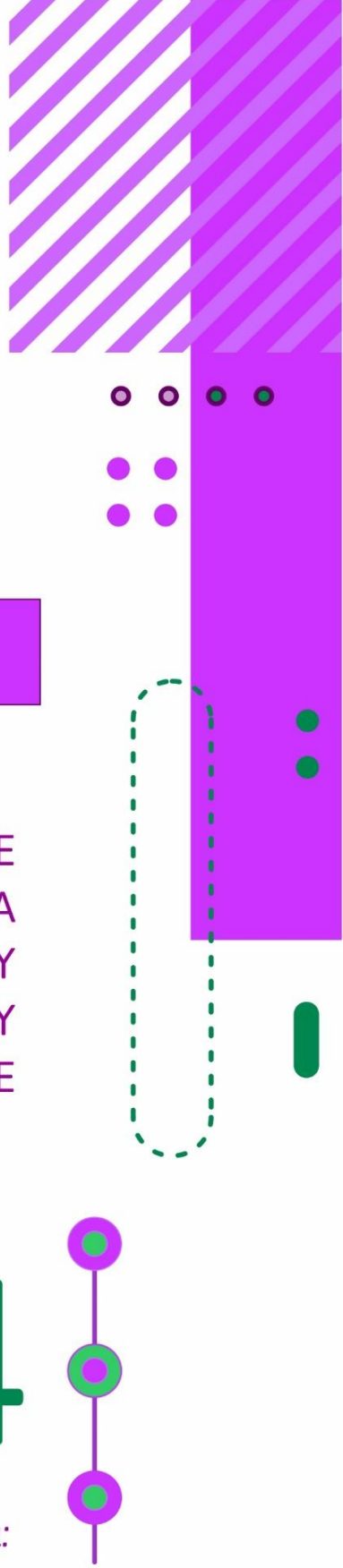


XX

JORNADAS DE
COMUNICACIONES CIENTÍFICAS DE LA
FACULTAD DE DERECHO Y
CIENCIAS SOCIALES Y
POLÍTICAS - UNNE

2024

*2 décadas de ciencia compartida:
raíces hacia nuevos horizontes*



FACULTAD DE DERECHO
Y CIENCIAS SOCIALES Y POLÍTICAS



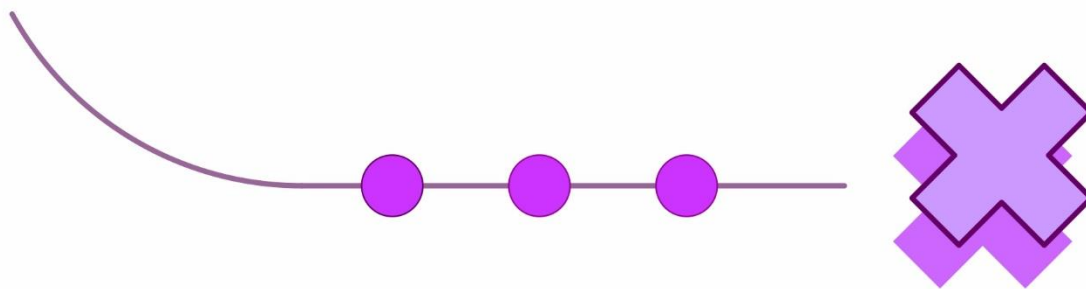
XX Jornadas de
Comunicaciones
Científicas de la Facultad
de Derecho y Ciencias
Sociales y Políticas

UNNE

2024

Dos décadas de ciencia compartida:
raíces hacia nuevos horizontes

Corrientes - Argentina



Dirección General
Dr. Mario R. Villegas

Dirección Editorial
Dra. Lorena Gallardo

Coordinación editorial y compilación
Esp. Martín M. Chalup
Abg. M. Benjamin Gamarra

Asistentes – Colaboradores
Lic. Agustina M. Bergadá

Edición
Secretaría de Ciencia y Transferencia
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas
Universidad Nacional del Nordeste
Salta 459 • C.P. 3400
Corrientes • Argentina

Villegas, Mario R.

XX Jornadas de Comunicaciones Científicas de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas - UNNE / Mario R. Villegas ; Lorena Gallardo ; Martín Miguel Chalup ; compilación de Martín Miguel Chalup ; Mauro Benjamín Gamarra ; coordinación general de Lorena Gallardo ; director Mario R. Villegas ; Lorena Gallardo ; prólogo de Claudia Diaz. - 1a edición especial - Corrientes : Universidad Nacional del Nordeste. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas, 2024.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online

ISBN 978-631-6623-05-8

1. Legislación. 2. Normas. 3. Regulación. I. Chalup, Martín Miguel, comp. II. Gamarra, Mauro Benjamín, comp. III. Gallardo, Lorena, coord. IV. Villegas, Mario R., dir. V. Gallardo, Lorena, dir. VI. Diaz, Claudia, prolog. VII. Título.

CDD 340

IMPACTO DEL USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA CONTRATACIÓN DE CONSUMO EN LA CIUDAD DE CORRIENTES, PERÍODO 2019 – 2023

Almirón De Greef, Ruben D.; Denmon, Daniel E.

danielalmiron244@gmail.com

RESUMEN

La pandemia representó un antes y un después en nuestras vidas, el avance a gran escala de la tecnología y el uso de la misma enmarcada con un despegue sin precedentes en la intromisión de la inteligencia artificial en nuestro día a día, generó un cambio y un impacto en muchos ámbitos. La celebración de los negocios y contratos no escapó a esta realidad.

La experiencia vivida demostró la utilidad de mantener estas vías de comunicación y vinculación negocial. Sin embargo, es claro que generan nuevas brechas de desigualdad en el acceso al consumo de ciertos bienes (a los que sólo se puede acceder a través de plataformas digitales) y al mismo tiempo, aumentan el grado de vulnerabilidad, entendiendo que no todos los sujetos consumidores tienen conocimientos tecnológicos adecuados para entender los procesos y realizar las operatorias y obtener los productos o servicios, ¿puede la implementación de las nuevas tecnologías en la contratación de consumo ser causa de vulneración de derechos?

PALABRAS CLAVE

Consentimiento, digitalización, hipervulnerabilidad

INTRODUCCIÓN

La celebración de negocios y contratos por medio del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) se masificó luego de la Pandemia mundial de Covid-19 (SARS-CoV-2). Esta transformación generó nuevos problemas en distintos ámbitos. Así, en lo que respecta al formato en que se presenta típicamente el contrato en la pantalla del usuario, identificamos diversas dificultades como por ejemplo la existencia de cláusulas o textos explicativos en idioma extranjero, o con deficiencias en la traducción que lo hacen inentendible. También, el requisito previo que el usuario acepte las extensas condiciones generales (Contrato típico de Adhesión) antes de utilizar el producto o gozar del servicio, incluso cuando el consumidor no pudo tener acceso a ellas para leerlas lo cual

genera una cierta controversia. Finalmente, al pie de dichos contratos, se estila colocar la leyenda "Acepto", "Estoy de acuerdo" u otra similar, marcada por defecto, sin requerir acción alguna del usuario. Como veremos, estos problemas pueden generar situaciones abusivas.

El problema del uso de esta nueva tecnología en la etapa de celebración del contrato es crucial. Es en ese momento en que se suscita la necesidad de que la seguridad jurídica se vea garantizada a través de una debida y suficiente información, aclarando que este deber está a cargo del proveedor en todas las etapas del negocio. También y como una continuidad de los contratos mediados por la tecnología existen los "smarts contracts" o contratos inteligentes, pensados para celebrarse y auto

ejecutarse a través de lo que se conoce como plataformas de blockchain - tecnología que, si bien busca asegurar la inmutabilidad, confirmar el cumplimiento y facilitar la ejecución de las obligaciones que contienen los smart contracts, no asegura el resultado de una libre negociación entre los contratantes, pues funcionan como un contrato de adhesión. Una de las partes impone el software sin ofrecer ningún tipo de negociación sobre la forma de programación.

La utilización de estas formas de contratación deja en evidencia problemáticas en lo que hace al modo y eficacia del consentimiento, generado a través de una máquina, que pretendemos abordar a lo largo de la presente comunicación.

MÉTODOS

Esta investigación sigue los métodos bibliográfico y descriptivo, y a través del análisis de datos secundarios, informes sobre investigaciones y artículos científicos se pretende analizar la normativa de Defensa de Consumidores y Usuarios en la Argentina, para determinar las regulaciones de una nueva fuente de vulneración, que deriva de prácticas negociales llevadas a cabo con la intervención de las nuevas tecnologías.

Se plantea un análisis jurisprudencial, a fin de contemplar las cuestiones tanto positivas como negativas que nos brindan estas nuevas modalidades negociales.

Desde un enfoque cualitativo, se busca también a través de los datos recabados por organismos de defensa del consumidor tanto oficiales como asociaciones civiles, identificar los diversos tipos de contratos de consumo celebrados a través de medios electrónicos o plataformas digitales en el ámbito de la ciudad de Corrientes, determinando los bienes o servicios que se comercializan más habitualmente a través de plataformas, "e-commerce" o medios digitales, y su impacto respecto de los reclamos planteados por consumidores vulnerados a través de prácticas abusivas y/o inclusión de condiciones abusivas de contratación, falta de información, entre otras, en un

marco temporal que se acota a los últimos cinco años (2019-2023).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la práctica, la tecnología Blockchain asegura la inmutabilidad, confirma el cumplimiento y facilita la ejecución de las obligaciones que contienen los "smart contracts" (contratos inteligentes), pero no aseguran el resultado de una libre negociación entre los contratantes, pues funcionan como un contrato de adhesión. Una de las partes impone el software que será base para la generación del contrato sin ofrecer ningún tipo de negociación sobre la forma de programación (Mora y Palazzi, 2019).

Todos los consumidores son vulnerables estructuralmente frente a los proveedores de bienes y servicios, pero algunos ven agravada su situación por distintas causas. El uso de las tecnologías como medios para la generación de los acuerdos contractuales puede entenderse como tal, si hablamos de sujetos con escaso o nulo conocimiento sobre su uso básico (personas mayores, por ejemplo). Esta categoría de consumidores denominada hipervulnerables obliga a promover políticas públicas que les brinden una tutela diferenciada para proteger sus derechos y mitigar las desigualdades.

Por su parte, la Resolución - hoy derogada- de la Secretaría de Comercio Interior de la Nación número 139/2020, establecía medidas de protección dirigidas a los consumidores hipervulnerables e institucionalizaba su tutela de acompañamiento oficiosa. La norma en análisis categorizaba como "hipervulnerables" a aquellos consumidores que sean personas humanas y que se encuentren en situaciones de fragilidad en razón de su edad, género, condición psicofísica, nacionalidad, circunstancias sociales, económicas, étnicas y/o culturales que provoquen especiales dificultades para ejercer con plenitud sus derechos como consumidores.

Esta optimización debe existir tanto en el servicio de venta, como en la post

venta: Así, por ejemplo, el proveedor deberá informar acerca del producto, corroborar la existencia de stock, asegurar el servicio de logística en la entrega, optimizar la gestión de las devoluciones y la atención a dudas y reclamos de manera expedita y amigable (Lorenzetti, 2001). En éste sentido se ha señalado que el consumidor digital es un consumidor “doblemente complejo en su vulnerabilidad”, ya que por una parte reviste la calidad de consumidor como débil jurídico que se ve impedido de negociar condiciones del contrato y por otra parte debe enfrentarse al reto de comprender un lenguaje tecnológico para interactuar en la consecución del negocio que busca a los fines de satisfacer necesidades propias o de su grupo familiar.

Así, el problema del uso de nuevas tecnologías radica particularmente en la etapa de celebración; momento en que se suscita la necesidad de que esa seguridad jurídica se vea garantizada a través de una debida y suficiente información, deber a cargo del proveedor que debe estar presente en todas las etapas del negocio. Ni que decir de los smart contracts o contratos inteligentes, pensados para celebrarse y auto ejecutarse a través de las plataformas de blockchain.

Por esta razón es que a través de un análisis de datos que se obtuvieron por parte de la oficina de Defensa del Consumidor y la Asociación de Consumidores y Usuarios de la Ciudad de Corrientes, llegamos a la conclusión inicial de que el impacto de esos cambios en la contratación de consumo fue negativo y aumentó el estado de vulnerabilidad de los consumidores y usuarios.

Tomando como referencia el año 2019 - para tener un parámetro de cómo se encontraba la situación antes de la sorpresa de una pandemia mundial que generalizó la digitalización de procesos en todo el mundo- y cruzando los datos de los reclamos asentados en los registros del organismo de Defensa del Consumidor de la provincia de Corrientes y de la Asociación de Consumidores, se contaban 30 casos mensuales. La mayoría de ellos

relacionados con problemas de servicios derivados de tarjetas de crédito, bancos y rapipago.

Posteriormente, entre noviembre del 2020 y mayo del 2021 esos reclamos básicamente se duplicaron, y no solo en número, sino también los rubros, debido a que además de los habituales conflictos con las tarjetas y los bancos, se le sumaron reclamos contra plataformas de productos como mercadolibre y cuestiones atinentes a la compra de productos y planes de capitalización.

En la actualidad, de datos obtenidos hasta mayo del 2024, haciendo una proyección anual de los mismos, podemos apreciar que el número de esos reclamos no ha aumentado, pero tampoco ha disminuido, razón por la cual podemos observar que el impacto negativo de la intervención de las plataformas digitales en la contratación se mantiene constante.

La brecha entre la velocidad a la que evoluciona el mundo con la intervención digital y la preparación de quienes lo habitan y generan relaciones en él es muy alta, y debería analizarse a mayor profundidad las consecuencias de dichos cambios para proteger a quienes no se ven beneficiados con estas modificaciones, o quedan excluidos por no acceder a estos mecanismos o hacerlo bajo una condición de extrema vulnerabilidad, que habilita abusos por parte de las empresas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Basilio, A. (2020). *La limitación de la autonomía de la voluntad en los contratos electrónicos, (clickwrap agreements)*. ELDial.com.

Faliero, J. (2020) Los smart contracts y los desafíos que representan para el consentimiento informado del E-consumer: contratación inteligente y asentimiento informado en. *Revista de Responsabilidad Civil y Seguros: publicación mensual de doctrina, jurisprudencia y legislación*. 5 (22), 28-35.

Ley Nacional 24.240. *Defensa del Consumidor y Usuario*. 15 de octubre de 1993. Poder Legislativo Nacional.

Lorenzetti, R. (2001). *Comercio electrónico*. Editorial Abeledo Perrot.

Interbrand Best Global Brands (2019), <https://www.rankingthebrands.com/The-Brand-Rankings.aspx?rankingID=37&year=1273>

Mora S., Palazzi. P. (2019). *Fintech: Aspectos Legales*. (Vol. 2). Del autor.

Resolución 139/2020. 27 de mayo de 2020. Secretaria de Comercio Interior de la Nación Argentina.

Herrera, M, Caramelo G. y Picasso S. (Dirs.). (2015). *Código Civil y Comercial de la Nación, Comentado* (Vol. I). Infojus. [http://www.saij.gob.ar/docs-f/codigo-comentado/CCyC_Comentado_Tomo_I%20\(arts.%201%20a%20400\).pdf](http://www.saij.gob.ar/docs-f/codigo-comentado/CCyC_Comentado_Tomo_I%20(arts.%201%20a%20400).pdf)

TEMÁTICO DE LA COMUNICACIÓN

Derechos Humanos / Sujetos Vulnerables

FILIACIÓN

AUTOR 1: Estudiante De Grado - Sede Central - PEI-FD 2022/005

AUTOR 2: Director/a - PEI-FD 2022/005