

## Responsabilidad de las plataformas de intermediación por daños a los consumidores. Derecho vigente y el Derecho proyectado

Liability of intermediation platforms for damages to consumer substances. Current law and projected law

Belén Japaze\*

### Autora:

Dra. Belén Japaze  
Universidad Nacional de  
Tucumán (UNT).

**Recibido:** 15/08/2025

**Aceptado:** 01/10/2025

### Citar como:

JAPAZE, Belén (2025):  
“Responsabilidad de las  
plataformas de intermediación  
por daños a los consumidores.  
Derecho vigente y el Derecho  
proyectado”. *Revista Jurídica de  
la Facultad de Derecho y  
Ciencias Sociales UNT*, Vol. 1,  
Núm. 1.

### Licencia:

Este trabajo se comparte bajo la  
licencia de Atribución-  
NoComercial-CompartirIgual 4.0  
Internacional de Creative  
Commons (CC BY-NC-SA 4.0):  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



(cc) BY-NC-SA

**Resumen:** Pese a la alegada ausencia o insuficiencia de una regulación especial en materia de servicios en entornos digitales, en general, y -en particular- respecto de la eventual responsabilidad por daños a los usuarios de las plataformas, tales posturas han sido eficazmente rebatidas. El Derecho nacional ofrece un vasto marco normativo, con respuestas que permiten resolver las controversias conforme los principios y directivas que emanan de la Constitución Nacional, del bloque de constitucionalidad, del código unificado, de la ley especial N° 24.240 y demás dispositivos legales que integran el sistema protectorio del consumidor, sin olvidar el valioso aporte de la reglamentación generada por la autoridad de aplicación. Aun admitiendo que la responsabilidad de los titulares de las plataformas digitales debe juzgarse de conformidad a su tipología, a los modelos de negocios que las definen y a la actuación concretamente desplegada, ello resulta insuficiente para desplazar la aplicación del régimen protectorio del consumidor con sus notas definitorias y, en particular, lo concerniente al factor objetivo de atribución y a las eximentes de interpretación restrictiva. Cuando concurren los presupuestos subjetivos y objetivos de la relación de consumo, el régimen de responsabilidad que les cabe es el consagrado por el sistema de tutela especial y que, a

\* Doctora en Derecho por la Universidad de Salamanca. Relatora de la Sala Civil de la Corte Suprema de Justicia de Tucumán. Profesora Titular Regular de “Derecho del Consumidor” y Profesora Adjunta Regular de “Obligaciones Civiles y Comerciales” de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Tucumán. Miembro de la Comisión de Reformas que elaboró el Proyecto de Código de Defensa del Consumidor. Correo electrónico: japaze2@gmail.com

falta de una exclusión expresamente prevista por el legislador, no corresponde detraer a las plataformas proveedoras (del servicio que ofrecen y efectivamente prestan a los usuarios/consumidores) del Derecho aplicable al que deben someterse, como todos los sujetos obligados a su cumplimiento (conf. art. 2 Ley de Defensa al Consumidor).

**Palabras claves:** plataformas, intermediación, consumidores, responsabilidad

**Abstract:** Despite the alleged absence or inadequacy of special regulations regarding services in digital environments, in general, and—in particular—regarding potential liability for damages to platform users, such positions have been effectively refuted. National law offers a broad regulatory framework, with responses that allow disputes to be resolved in accordance with the principles and directives emanating from the National Constitution, the Constitutional Block, the Unified Code, Special Law No. 24.240, and other legal provisions that comprise the consumer protection system, without forgetting the valuable contribution of the regulations issued by the enforcement authority. Even accepting that the liability of digital platform owners must be assessed according to their typology, the business models that define them, and the specific actions carried out, this is insufficient to displace the application of the consumer protection regime with its defining characteristics and, in particular, those concerning the objective factor of attribution and the exemptions from restrictive interpretation. When the subjective and objective requirements of the consumer relationship are met, the applicable liability regime is that enshrined in the special protection system and, in the absence of an exclusion expressly provided for by the legislator, it is not appropriate to exempt the provider platforms (of the service they offer and effectively provide to users/consumers) from the applicable law to which they must submit, like all obligated subjects, their compliance (cf. art. 2 LDC).

**Keywords:** platforms, intermediation, consumers, responsibility

## I. INTRODUCCIÓN

Asiste razón a Pizarro cuando sostiene que “no todas las plataformas de comercio electrónico *on line* y los modelos de *e-commerce* que se utilizan son similares. Por el contrario, suelen presentar algunas diferencias de importancia que hacen a la esencia y funcionamiento del sistema, al mercado en el cual actúan y al tipo de operatoria que allí se realiza”<sup>1</sup>.

Hernández<sup>2</sup> advierte que dentro del universo de situaciones que pueden presentarse en las plataformas de comercio electrónico, para determinar cuándo estamos en el ámbito de aplicación del sistema protectorio del consumidor, es necesario distinguir: “a) contratos entre empresas en el ámbito estricto de su profesionalidad; b) ofertas y demandas entre particulares<sup>3</sup>; c) vínculos que se

---

<sup>1</sup> PIZARRO (2023), p. 551. Ver asimismo, PIZARRO (2021). Invitamos al lector interesado a ver allí el análisis de los tipos diversos de proveedores de servicios de internet, así como la descripción de las diferencias entre las plataformas de comercio electrónico y los diferentes modelos de negocio que proponen.

<sup>2</sup> HERNÁNDEZ (2021), p. 131.

<sup>3</sup> Advierte Hernández que, en este caso, “los vínculos se constituyen entre personas que actúan fuera del marco profesional, aunque una de ellas vuelca al mercado lo que le excede o no consume.

traban entre proveedores con consumidores; d) negocios entre proveedores y consumidores, en donde las plataformas intermedian”.

El encendido y vigente debate acerca de la responsabilidad de los titulares de las plataformas digitales impone determinar si los derechos e intereses amenazados o efectivamente conculcados se emplazan en una relación de consumo o si, por el contrario, resultan ajenos a esta última. Si se constata la concurrencia de los elementos subjetivos y objetivos de la relación jurídica de consumo, la responsabilidad de la plataforma proveedora habrá de juzgarse de conformidad a lo establecido por el régimen protectorio del consumidor (y en un todo de acuerdo a las notas que la tipifican); y, en caso contrario, se juzgará conforme el régimen de responsabilidad general del código unificado o según la regulación especial, eventualmente prevista.

## **II. RAZONES DE LA APLICACIÓN DEL RÉGIMEN PROTECTORIO DEL CONSUMIDOR: ¿POR QUÉ LOS TITULARES DE LAS PLATAFORMAS DE INTERMEDIACIÓN SON PROVEEDORES EN LOS TÉRMINOS DE LA LEY N° 24.240 Y DEL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL?**

Al definir la figura del proveedor, el Código Civil y Comercial (en adelante CCyC) replica -en el art. 1093- la fórmula contenida en el art. 2 de la Ley de Defensa del Consumidor (en adelante LDC). En ambos casos se propone una noción con vocación de generalidad<sup>4</sup> que pueda dar contención a la manifestación diversa de la actuación de los proveedores en el mercado. El art. 2 LDC define al proveedor como “la persona física o jurídica de naturaleza pública o privada, que desarrolla de manera profesional, aun ocasionalmente, actividades de producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución y comercialización de bienes y servicios, destinados a consumidores o usuarios”. Y más allá de las observaciones a la redacción del art. 1093 del código unificado, resulta innegable la ratificación de aquellas notas distintivas.

Lorenzetti destaca que la nota de profesionalidad distingue al proveedor de otros sujetos que puedan ofrecer en el mercado bienes o servicios, pero con un perfil ajeno a esa condición de experto<sup>5</sup>. En sentido concordante, se expresa que “la noción de proveedor se compone, sustancialmente, de dos elementos: a) la realización de ciertas conductas típicas (producir, importar, distribuir o comercializar cosas o prestar servicios a consumidores o usuarios); b) la profesionalidad en la realización de esas conductas”<sup>6</sup>.

No obstante las dificultades que puede plantear la textura abierta del concepto, la doctrina ofrece interpretaciones con coincidencias de base. Por un lado, se sostiene que “existe profesionalidad cuando se ejerce una actividad con

---

A esta figura se la suele denominar prosumidor, como modo de afirmar la dualidad de roles: proveer y consumir” (HERNÁNDEZ (2021), p. 131).

<sup>4</sup> HERNÁNDEZ (2015), p. 426.

<sup>5</sup> LORENZETTI (2009), p. 110.

<sup>6</sup> MÁRQUEZ y CALDERÓN (2004), p. 297.

relevante capacidad y aplicación para lograr óptimos resultados”<sup>7</sup>. Se señala, por otro lado, que el carácter profesional de la actuación del proveedor remite a la idea de un conocimiento especial del producto o servicio que diseña y ofrece, a un saber calificado respecto de la actividad que desarrolla como agente del mercado<sup>8</sup>; notas que evidencian una situación de superioridad respecto de la contraparte, aun cuando pudiera tratarse de una actuación ocasional.

A la luz de tales consideraciones, no parece dudoso que “la plataforma es un sitio de rigurosa especialidad”<sup>9</sup> y que el titular de la misma actúa como un profesional experto en el diseño, organización y gestión de un producto/servicio singular que pone a disposición de los usuarios interesados<sup>10</sup>.

Si a la constatación de la figura del proveedor en un polo de la relación jurídica, se suma la presencia -en el otro extremo- de un usuario que utiliza el servicio ofrecido en ese escenario digital, con las notas previstas en el art. 1º LDC<sup>11</sup> y en el art. 1092 del CCyC<sup>12</sup>, hemos de concluir que estamos ante una relación de consumo que determina la aplicación del régimen tuitivo de orden público correspondiente.

En efecto, si al presupuesto subjetivo ya analizado se suma la concurrencia de los presupuestos objetivos de esta relación jurídica particular -en tanto existe un producto o un servicio diseñado y ofrecido al público consumidor y efectivamente utilizado (objeto) como destinatario final por los usuarios de la plataforma (causa fin)- la necesaria consecuencia es la aplicación del sistema protectorio del consumidor de base constitucional y con fuentes normativas diversas<sup>13</sup>.

De conformidad al art. 2 LDC, “todo proveedor está obligado al cumplimiento” de la citada ley, sin que el legislador haya previsto un supuesto de exclusión que justifique afirmar que las plataformas de intermediación quedan

---

<sup>7</sup> CHAMATROPULOS (2019), p. 187.

<sup>8</sup> FARINA (2009) p. 84

<sup>9</sup> TAMBUSSI (2021), p. 31.

<sup>10</sup> Destaca Barocelli que el titular de la plataforma “a) es quien diseña el ámbito digital donde se van a desarrollar las operaciones; b) tiene el control técnico del funcionamiento de la plataforma; c) requiere para la utilización de la plataforma el registro de los usuarios; d) establece las normas de uso de la plataforma a través de los ‘términos y condiciones’; e) determina las modalidades de pago en el caso de oferta de bienes y servicios disponiendo, en algunos casos, de sistemas de pago electrónicos propios, de su grupo empresario o a través de alianzas de marca; f) establece sistemas de entrega de los bienes contratados; g) fija y percibe comisiones de uso...; h) diseña y gestiona sistemas de calificación de usuarios o establecimientos; i) puede imponer sanciones a los usuarios...” (BAROCELLI 2021a, p. 20).

<sup>11</sup> Dispone el art. 1 de la Ley Nº 24.240: “...Se considera consumidor a la persona física o jurídica que adquiere o utiliza, en forma gratuita u onerosa, bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social”.

<sup>12</sup> El art. 1092 del Código Civil y Comercial dispone: “...Se considera consumidor a la persona humana o jurídica que adquiere o utiliza, en forma gratuita u onerosa, bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social”.

<sup>13</sup> Entre ellas, los dispositivos legales contenidos en el sistema general del Código Civil y Comercial; los previstos en el sistema especial de la Ley Nº 24.240 y cualquier otro que, de modo directo o indirecto, tutele los derechos e intereses del colectivo de consumidores.

fuera del alcance de la regulación protectoria del consumidor que, entre otras notas particulares, establece un régimen de responsabilidad propio<sup>14</sup>.

### **III. LAS NOTAS DISTINTIVAS DEL RÉGIMEN DE RESPONSABILIDAD POR DAÑOS CONSAGRADO POR EL SISTEMA PROTECTORIO DEL CONSUMIDOR<sup>15</sup>.**

“El estatuto del consumidor ha dado nacimiento a un régimen de responsabilidad autónomo y diferente al previsto para el Derecho Privado en general...Tiene diversas notas distintivas que lo diferencian del sistema general del CCyC y es más beneficioso para el consumidor<sup>16</sup>. Destaca Chamatrópulos que la regulación especial se concentra en el art. 40 LDC que “constituye el corazón de ese régimen reparatorio autónomo...aplicable a todo supuesto dañoso” (comercialización de cosas y servicios)<sup>17</sup>. Cabe asimismo recordar que el sistema protectorio del consumidor consagra respuestas unificadas en su régimen de responsabilidad por daños –antes de que ello se plasmara en el CCyC- sin distinguir tampoco si el menoscabo se emplaza en la esfera contractual o extracontractual.

En el diseño de ese régimen de responsabilidad especial un rasgo definitorio es el factor de atribución objetivo. Hernández y Frustagli destacan que el texto del art. 40 LDC es revelador del criterio adoptado por el legislador nacional y sobre lo que “nuestra doctrina no duda”<sup>18</sup>. “En ningún caso se exige un factor de atribución de tipo subjetivo para hacer responder al proveedor”<sup>19</sup>.

Al analizar los fundamentos de la decisión del legislador, la doctrina acude a justificaciones plurales que en modo alguno se excluyen entre sí: el riesgo creado (con la oferta, publicidad y colocación de bienes y servicios en el mercado), el riesgo beneficio (actividad empresarial que crea un riesgo a terceros y por la que obtienen beneficios económicos), el deber de seguridad y de garantía (garantizar que la actividad del proveedor no provocará daños y que en caso de que así sea, éste asumirá el coste del resarcimiento), la creación de una apariencia y la generación de confianza, etc. Todos estos fundamentos permiten respaldar la adopción del factor de atribución objetivo que el legislador estima adecuado para este ámbito de las relaciones jurídicas.

Se advierte con acierto que el art. 40 LDC no consagra un elenco de eximentes pero advierte en su párrafo final que “sólo se liberará total o parcialmente quien demuestre que la causa del daño le ha sido ajena” y que “el adverbio ‘sólo’ con el cual comienza el párrafo, denota la rigurosidad con la cual el legislador

---

<sup>14</sup> Oportuno es recordar que en el art. 2 LDC, luego de definir los contornos de la figura del proveedor, el legislador nacional, dejó establecido que “No están comprendidos en esta ley los servicios de profesionales liberales que requieran para su ejercicio título universitario y matrícula otorgada por colegios profesionales reconocidos oficialmente o autoridad facultada para ello, pero sí la publicidad que se haga de su ofrecimiento”.

<sup>15</sup> En este apartado, sólo se mencionan algunos de los rasgos definitorios del régimen de responsabilidad por daños al consumidor, directamente vinculados al análisis propuesto.

<sup>16</sup> CHAMATRÓPULOS (2019), p. 856.

<sup>17</sup> CHAMATRÓPULOS (2019), p. 858.

<sup>18</sup> HERNÁNDEZ Y FRUSTAGLI (2009), p. 514.

<sup>19</sup> CHAMATRÓPULOS (2019), p. 858.

disciplina esta responsabilidad, admitiendo la liberación de los integrantes de la cadena de comercialización en la medida que la causa material del menoscabo se desplace hacia otro centro de imputación, de modo concurrente o total”<sup>20</sup>. Ratificando el tinte protectorio del régimen especial, se señala que “en los hechos, resultará complejo demostrar esa ajenidad, ya que el alcance amplio de la noción de riesgo empresario será un claro obstáculo para alegar la existencia de esa causal de eximición”<sup>21</sup>.

“Las eximentes admisibles en materia de responsabilidad por productos y servicios guardan estricta coherencia con el carácter objetivo que fundamenta la misma...el hecho de la víctima, el hecho de un tercero extraño y el caso fortuito”<sup>22</sup> enfatizando que la causa eximente eventualmente invocada por el proveedor exige una valoración restrictiva<sup>23</sup> del juzgador; criterio doctrinario y jurisprudencial que se apoya en el diálogo entre los principio y las reglas del sistema general y los principios y reglas del sistema protectorio especial (art. 42 CN, art. 1 LDC y art. 1094 CCyC).

#### **IV. ¿POR QUÉ LOS TITULARES DE PLATAFORMAS DE INTERMEDIACIÓN, PROVEEDORES EN LOS TÉRMINOS DEL CCYC Y DE LA LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR, TENDRÍAN UN RÉGIMEN DE RESPONSABILIDAD DISTINTO DEL LEGALMENTE ESTABLECIDO PARA LOS DEMÁS? EN SU CASO, ¿NO DEBERÍA EL LEGISLADOR CONTEMPLAR EXPRESAMENTE TAL SUPUESTO DE EXCLUSIÓN?**

Los proveedores, aun ocasionales, a fin de optimizar esfuerzos en pos de la colocación de sus productos o servicios, acuden a quien de modo profesional ofrece un espacio y la tecnología que les permita llegar en forma masiva a los consumidores. Y más allá de las modalidades diversas que pueda presentar esa intermediación, coincido con quienes sostienen que la actuación de las plataformas digitales –por sus particularidades concretas- ubica a los titulares de las mismas en el catálogo de proveedores que integran la cadena de distribución y comercialización, sometidos al cumplimiento del sistema de tutela del consumidor<sup>24</sup>. Se trata, en efecto, de proveedores de servicios de comercio electrónico que mediante la utilización de recurso tecnológicos diversos, crean un ámbito, lo organizan y gestionan, a efectos de facilitar el contacto y la realización de transacciones entre los usuarios (en lo que aquí interesa, proveedores oferentes con consumidores destinatarios).

Como ya se señalara, el tránsito por la plataforma importa la adhesión a los términos y condiciones allí preestablecidos y, con ello, la formalización de un contrato con los usuarios (proveedores y consumidores), cuyo objeto es la provisión de un servicio singular, según se hace constar allí de modo expreso. En ese reglamento de uso, la plataforma procura definir (y, en su caso, diferenciar) la

<sup>20</sup> HERNÁNDEZ y FRUSTAGLI (2009), p. 515.

<sup>21</sup> CHAMATRÓPULOS (2019), p. 892.

<sup>22</sup> PIZARRO (2015), p. 341 y 356.

<sup>23</sup> TRIVISONNO (2023), p. 432-433.

<sup>24</sup> TAMBUSI (2021), p. 31.



tipología del servicio ofrecido, con una innegable pretensión de distinguir las obligaciones asumidas y, consecuentemente, limitar su eventual responsabilidad.

Cabe destacar, por un lado, que si bien es posible formular un distingo en relación al servicio que proveen las plataformas digitales de comercialización - diferenciando el “sector mercado de productos” (*market-place*) del “sector publicación de avisos”- en la práctica, esas diferencias técnicas<sup>25</sup> resultan imperceptibles para el consumidor que transita por el medio digital pues “en el plano fáctico no existe una apariencia diferenciada sino, por el contrario, absolutamente homogénea”<sup>26</sup>. El diseño y la organización del servicio en sectores, es una decisión estratégica del titular de la plataforma, invisible para el usuario, que acude al sitio confiando en la profesionalidad del proveedor, en su experticia particular y en la seguridad que genera esa apariencia de solvencia técnica de la “marca”<sup>27</sup>.

Por otra parte, y más relevante aún, es que la inclusión de una actividad en el ámbito de aplicación del régimen protectorio del consumidor o su eventual exclusión, no depende de la voluntad del proveedor en cuestión. El alcance de las obligaciones asumidas y su eventual responsabilidad no dependen de los términos y condiciones predispuesto por el titular de la plataforma<sup>28</sup>. Establecer los

---

<sup>25</sup> Explica Ciliberto que “en el sector de *market-place*, la transacción comercial puede celebrarse exclusivamente a través de la intermediación necesaria de la plataforma de venta digital: se encuentra prohibida la transmisión de datos entre los usuarios del sitio y, en numerosas ocasiones, incluso es la plataforma quien determina el método de pago y de envío, y pone a disposición un canal de comunicación para que todos aquellos intercambios de mensajes puedan ser supervisados por aquélla, desalentando la comunicación extramuros”. Mientras que “en el sector avisos clasificados, la plataforma aloja la publicación con un rol técnico asimilable al de un *hosting*, poniendo a disposición de los eventuales compradores ciertos datos de contacto para que la transacción comercial sea concluida gracias al contacto ulterior pero también ofreciendo la posibilidad -en algunos casos obligatoria- de efectivizar reservas dentro del sitio y preguntas a los usuarios vendedores, que no pueden ser realizadas por fuera de la plataforma de venta digital. La plataforma es quien determina el grado de comunicación externa a ella que los usuarios pueden tener: si se trata de inmuebles para alquileres temporales, usualmente permitirá que el usuario pueda contactar directamente a quien publicó el aviso pero ello no ocurre cuando se venden rodados, por mencionar uno de tantos ejemplos” (CILIBERTO, 2021, p. 316).

<sup>26</sup> CILIBERTO (2021), p. 317.

<sup>27</sup> Parece prudente admitir que pueda existir una plataforma en la que sólo se aloje información que permita el contacto entre los terceros oferentes y quienes eventualmente pretendan adquirir los bienes o contratar los servicios ofrecidos y publicitados; y donde la concreción de tales operaciones resulte innegablemente ajena a la intervención o intereses de aquélla. Un diario digital que difunda en su “sección avisos” los datos necesarios para la eventual realización de una transacción, sería un ejemplo del supuesto. En efecto, y sin perjuicio de la responsabilidad del titular del sitio web por el incumplimiento de obligaciones que le sean propias -directamente vinculadas a la adecuada recepción de los datos, a la confección o supervisión del anuncio publicitario u oferta, a la publicidad concretamente difundida, etc.- no será responsable por los daños derivados del incumplimiento de las obligaciones emergentes del contrato eventualmente celebrado, efectivamente ajeno a su esfera de actuación. Lo expresado no obsta a que, en su caso, la responsabilidad de la plataforma pueda verse comprometida por concurrir razones que en el caso particular lo justifiquen, por ejemplo, con fundamento en la creación de una apariencia y generación de confianza particular.

<sup>28</sup> “No es admisible que (el proveedor intermediario digital) pretenda imponer cláusulas mediante las cuales unilateralmente se des-responsabilice por las relaciones conectadas a través del portal”

presupuestos que definen la aplicación de sistema de tutela especial es una potestad reservada al legislador que, en su caso, determinará los supuestos de exclusión, que por razones de política legislativa considere de justificación suficiente.

Mucho se ha dicho respecto de la ausencia de una regulación especial en materia de servicios en entornos digitales, en general, y -en particular- respecto de la eventual responsabilidad por daños a los usuarios de las plataformas<sup>29</sup>. Se ha señalado asimismo, la insuficiencia de la regulación existente para dar respuestas adecuadas a la creciente conflictividad de la actividad<sup>30</sup>. Ambas posturas han sido puestas en cuestión por quienes sostienen que la ausencia de normas particulares, en modo alguno autoriza a echar mano de soluciones normativas de Derecho comparado, en tanto el Derecho nacional ofrece “un vasto marco normativo”<sup>31</sup>, con respuestas que permiten resolver las controversias conforme los principios y directivas que emanan de la Constitución Nacional, del bloque de constitucionalidad, del código unificado, de la ley especial N° 24.240 y demás dispositivos legales que integran el sistema protectorio del consumidor<sup>32</sup>, sin olvidar el valioso aporte de la reglamentación generada por la autoridad de aplicación<sup>33</sup>.

---

(TAMBUSSI (2018) p. 59; asimismo, TAMBUSSI (2021), p. 510; disposición que a tenor de los dispuesto por el art. 37 LDC y arts. 1119 y 1122 CCyC, sería abusiva y, por tanto, ineficaz.

<sup>29</sup> “No tenemos en nuestro país un régimen normativo específico que regule esta tipología de responsabilidad. Es, sin duda, una asignatura pendiente de nuestro Poder Legislativo” (PIZARRO, 2023). El autor advierte que “la responsabilidad del titular de una plataforma de comercio electrónico on line forma parte de una problemática más amplia -la de la responsabilidad de los proveedores de servicios en internet- que debería ser objeto de una regulación orgánica más integral y que contemple, por cierto, las particularidades de cada tipología. Reiteramos que no solo se plantean aquí problemas vinculados con la protección del consumidor, sino otros de no menor importancia, como son los relativos al impacto que este tipo de operatorias pueden producir sobre derechos fundamentales de la persona humana (intimidad, honor, imagen, identidad personal, etc.), sobre el derecho a la información, la defensa de la competencia, los derechos vinculados con la propiedad intelectual, entre otros”.

<sup>30</sup> Galdós y Valicenti insisten en que “el punto de partida radica en reconocer una insuficiencia normativa por carencia histórica, toda vez que el legislador no pudo contemplar la actividad de las plataformas que no existían al momento de la sanción de la Ley de Defensa del Consumidor (año 1993) y tampoco se incorporaron normas específicas en las reformas posteriores”, aunque en el año 2015, con la entrada en vigencia del Código Civil y Comercial, los arts. 1106, 1107 y 1108 permiten tener algunas normas relativas a la oferta por medios electrónicos” siendo necesario “recorrer a un diálogo coordinado e integrador de la legislación microsistémica (LDC), a las reglas y principios generales del CCyC y al soft law” (GALDÓS y VALICENTI., 2023).

<sup>31</sup> BAROCELLI (2021b).

<sup>32</sup> Estevarena y Barocelli señalan que “se ha convertido ya en un lugar común, afirmar la supuesta laguna o vacío legal que...no es tal” pues “existen diversas normas directa o indirectas que regulan dicha actividad” (ESTEVARENA y BAROCELLI, 2018). Al analizar la regulación existente y su aptitud para contener la conflictividad vinculada a las plataformas de comercio electrónico, Tambussi afirma que “no es tan determinante el clamor por la falta de una normativa concreta que atienda específicamente esta situación, que bien puede regirse por las normas generales del Código Civil y Comercial sobre contratos a distancia, y las pautas de la ley 24.240 en cuanto a derechos protegidos, interpretación y régimen de responsabilidad y las demás cuestiones procesales y de fondo propias del régimen tuitivo” (TAMBUSSI, 2021); asimismo, TAMBUSSI (2023), p. 82.

<sup>33</sup> Para un análisis exhaustivo, ver BAROCELLI (2023) p. 675.



En la búsqueda de respuestas ajustadas a las singularidades del fenómeno del comercio electrónico y a la diversidad de derechos implicados, se ha señalado enfáticamente que “el tema que nos ocupa es mucho más que una cuestión de derecho del consumidor, que deba ser resuelta exclusivamente a la luz de sus normas, reglas y principios. Pizarro insiste en proponer “prudentes matizaciones, que permitan armonizar esa relevante (y muy necesaria) tutela jurídica con otros derechos constitucionales que deben ser ponderados y protegidos, en particular el derecho a la información, que lleva ínsito en su seno el de acceder a internet de manera igualitaria, sin discriminaciones, y de efectuar y recibir difusiones a través de la web”<sup>34</sup>.

En esa línea argumental, Galdós y Valicenti descartan “la aplicación directa y automática de la responsabilidad objetiva de la responsabilidad objetiva y solidaria del art. 40 LDC”, por interpretar que “la plataforma no siempre puede ser considerada como un intermediario en la cadena de comercialización”<sup>35</sup>, sujeto a dicho régimen legal.

En el mismo sentido, Aicega advierte que “no es adecuada la generalización de una respuesta para situaciones jurídicamente disímiles. Por ello, es central realizar a priori una correcta calificación de las relaciones jurídicas que se establecen, pues en cada uno de los contratos la plataforma asume distintas obligaciones que requieren de respuestas jurídicas específicas”<sup>36</sup>.

La ausencia del marco regulatorio particular o su alegada insuficiencia han unido los caminos de un sector importante de la doctrina autoral que propone acudir a las respuestas ofrecidas por el Derecho comparado, evaluando su eventual recepción en el ámbito local<sup>37</sup>. Siguiendo aquella orientación, la propuesta es hacer un distinguo que contemple, por un lado, los diferentes tipos de plataformas de que se trata<sup>38</sup> y, por otro, el rol neutro/pasivo o activo que las mismas asumen,

---

<sup>34</sup> Ver PIZARRO (2023). Por su parte, Del Carril señala que el concepto de “neutralidad de la red” es considerado “piedra angular del ecosistema de internet” y un “valor profundamente democratizador” en tanto “abre la posibilidad de que cualquiera pueda poner a disposición del mundo entero contenidos propios y competir en igualdad de condiciones con quien sea”. Afirma que al ser la neutralidad de la red un “valor capital del mundo digital”, “merece ser preservado” y resulta de necesaria consideración en lo relativo a la responsabilidad de los intermediarios de internet. Insiste en “no medir con la misma vara al universo infinito de actores del mundo de la web” y que “la intensidad de la protección de los intermediarios en internet debería ser correlativa a la intensidad de su injerencia en la preservación de la neutralidad de la red” (DEL CARRIL 2019, p. 41).

<sup>35</sup> GALDÓS, y VALICENTI (2023).

<sup>36</sup> AICEGA (2022).

<sup>37</sup> Ver, en esta línea, la opinión de BARRY (2018), p. 73.

<sup>38</sup> “Se deben inicialmente distinguir las dos clases de servicios que prestan las plataformas de comercialización: 1) servicios vinculados a la publicación de avisos clasificados y 2) servicios vinculados al *marketplace*. De esta clasificación bipartita se infieren sustanciales diferencias de responsabilidad por los incumplimientos, propios o de terceros: a) La plataforma de avisos clasificados, en la que el sitio funciona como un espacio de exposición de ofertas y solo gestiona el intercambio de información entre las partes, para que estas, fuera del entorno digital y de manera autónoma, realicen o no la operación. Es decir, las plataformas se asemejan a la sección de avisos clasificados que publican los diarios. El sitio sólo ofrece un espacio para el contacto entre partes pero no interviene en la celebración del negocio jurídico, que se perfecciona fuera de la plataforma y sin su participación. En tal supuesto la regla es la ausencia de responsabilidad mientras la

tal como lo ha receptado la normativa europea<sup>39</sup>, la norteamericana<sup>40</sup> y la brasileña<sup>41</sup>, en la región.

---

plataforma de comercialización desempeñe un rol pasivo o neutro, no obstante, lo cual nacen obligaciones y deberes inherentes a ese desempeño. b) La plataforma *marketplace*, en la que el portal permite que el negocio entre proveedor y consumidor se celebre en el entorno que aquél ha creado. En este caso, la plataforma no desarrolla un rol de mero intermediario, sino que tiene una participación o intervención activa en la celebración del contrato. Su actividad se asemeja a la de un organizador de un entorno tecnológico en el que se desenvuelven operaciones jurídicas. El rol o participación activa de la plataforma en la celebración y ejecución del contrato presupone la regla de que dicha intervención conlleva su responsabilidad” (GALDÓS y VALICENTI, 2023).

<sup>39</sup> La Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 08/06/2000, relativa a “determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior”, ha sido incorporada por los países de la Unión Europea a sus respectivos derechos internos. La citada Directiva consagra: a) la irresponsabilidad amplia del prestador de servicios intermediarios por la actividad de mera transmisión de datos (art.12); y b) la inexistencia tanto de un deber u obligación general de supervisión de datos que transmitan o almacenen como de realizar búsquedas activas de hechos o circunstancias que indiquen actividades ilícitas. La exención de responsabilidad del prestador de servicios intermediarios para la actividad de transmisión de datos (art.12) está sujeta a la concurrencia de tres requisitos: 1) Que no los haya originado él mismo; 2) Que no seleccione al destinatario de la transmisión; 3) Que no seleccione, ni modifique los datos transmitidos (art.12 1); 4) Actúe con prontitud para retirar la información que haya almacenado o hacer que el acceso a ella sea imposible, en cuanto tenga conocimiento efectivo del hecho de que la información ha sido retirada del lugar de la red en que se encontraba inicialmente, de que se ha imposibilitado el acceso a dicha información o de que un tribunal o una autoridad administrativa ha ordenado retirarla o impedir que se acceda a ella (art.13). Tratándose de datos facilitados por el destinatario del servicio, el prestador de servicio no es considerado responsable por ellos, a condición de que: 1) no tenga conocimiento efectivo de que la actividad a la información es ilícita y, en lo que se refiere a una acción por daños y perjuicios, no tenga conocimiento de hechos o circunstancias por los que la actividad o la información revele su carácter ilícito; y 2) si teniendo conocimiento de ellos, actúe con prontitud para retirar los datos o hacer que el acceso a ellos sea imposible (art.14). Interesa destacar que la Directiva se pronuncia por la inexistencia de un deber u obligación general de supervisión de los datos que transmitan o almacenen, y de realizar búsquedas activas de hechos o circunstancias que indiquen actividades ilícitas (art.15 inc.1).

<sup>40</sup> En Estados Unidos de Norteamérica, la Sección 230 de la Ley de Decencia en las Comunicaciones consagra el principio de inmunidad de las plataformas, al disponer que “Ningún proveedor o usuario de un servicio de ordenadores interactivo deberá ser tratado como el publicador o emisor de ninguna información de otro proveedor de contenido informativo”; criterio que ha sido ratificado por los tribunales de justicia en pronunciamientos sostenidos. Como derivación necesaria del aludido principio, las plataformas están eximidas de responsabilidad por eventuales daños provenientes de las publicaciones de sus usuarios (<https://www.congress.gov/bill/104th-congress/senate-bill/314/text>).

<sup>41</sup> Ver Ley N° 12.965, del 23/4/2014, en su Sección III referida a “La responsabilidad por daños que sugieran del contenido generado por terceros” dispone en el art. 18 que “el proveedor de conexión a internet no será responsabilizado civilmente por daños surgidos por contenido generado por terceros”. Por su parte, en el art. 19 establece que “con el objetivo de asegurar la libertad de expresión e impedir la censura, el proveedor de aplicaciones de internet solamente podrá ser responsabilizado por daños que surjan del contenido generado por terceros si, después de una orden judicial específica, no toma las previsiones para, en el ámbito de los límites técnicos de su servicio y dentro del plazo asignado, tornar indisponible el contenido especificando como infractor, exceptuando las disposiciones legales que se opongan”.

Como bien destaca Pizarro<sup>42</sup>, los postulados contenidos en la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo -de irresponsabilidad amplia del intermediario por la actividad de mera transmisión de datos, de inexistencia de un deber general de supervisión de los datos que transmitan o almacenen, ni de realizar búsquedas activas de hechos o circunstancias que indiquen actividades ilícitas- han sido consolidados por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Europea respecto de los prestadores de servicios en internet que facilitan el contacto entre vendedores y compradores de productos (caso L'Oreal S.A.)<sup>43</sup>. Se ratifica que existe una zona libre de responsabilidad (civil, penal y administrativa) denominada puerto seguro (*safe harbor*) a favor de los proveedores de servicios de intermediación en la sociedad de información que los coloca al amparo de la inseguridad jurídica que deriva de la aplicación de otros regímenes de responsabilidad civil. Se advierte que la defensa de puerto seguro no es procedente cuando el prestador del servicio, en lugar de limitarse a una prestación neutra de dicho servicio -mediante un tratamiento meramente técnico y automático de los datos facilitados por sus clientes- desempeña un papel activo que le permite adquirir conocimiento o control de tales datos (tal lo que sucede cuando optimiza la presentación de las ofertas de venta en cuestión, se las promueve, etc.).

En esta línea de interpretación, se señala que al evaluar la responsabilidad de las plataformas de comercio electrónico por daños que eventualmente sufran los consumidores, resultaría aplicable “el estándar de responsabilidad fijado para los buscadores de internet”<sup>44</sup> tal como ya lo han sostenido algunos tribunales nacionales<sup>45</sup> y la Corte Suprema de Justicia de la Nación en precedentes relevantes<sup>46</sup>.

Aicega formula algunas precisiones adicionales a los distinguos propuestos, señalando que el servicio de intermediación prestado por las plataformas digitales se traduce en prestaciones diversas y con distintos niveles de intervención; y de allí que su eventual responsabilidad deba contemplar el grado de incidencia -“neutra”, “coadyuvante” o “ineludible”- en el vínculo que, en su caso, entablen el proveedor/oferente con el consumidor<sup>47</sup>.

---

<sup>42</sup> PIZARRO (2023), p. 568.

<sup>43</sup> Tribunal de Justicia de la Unión Europea, 12/07/2011, “L'Oréal SA y otros vs. eBay International AG y otros”,

<sup>44</sup> AICEGA (2022).

<sup>45</sup> CNCom., sala D, 22/03/2018, “Kosten, Esteban c/Mercado Libre S.R.L. s/ordinario”, Expte. 34503/2014; CNCom., sala C, 01/10/2019, “Ferrero, Antonio Fabián c/ Car Group S.A. y Mercado Libre S.R.L.”, Expte. 7736/2015; CNCom., sala E, 20/12/2019, “Vergara, Graciela Rosa c/Energroun S.A. (Motos del Sur) y otro s/ordinario”, Expte. 11572/2014.

<sup>46</sup> CSJN, 28/10/2014, “Rodríguez, María Belén c. Google Inc. s/ daños y perjuicios”, Fallos 337:1174; LL 2014-F, 401; RCyS 2014-XII, 76; DFyP 2014 (diciembre), 135; RCCyC 2015 (julio), 170; asimismo, CSJN, 12/09/2017, “Gimbutas, Carolina V. c. Google Inc. s/ daños y perjuicios”, Fallos 340:1236; LL 2017-E, 266; LL 2017-E, 320.

<sup>47</sup> AICEGA (2022). Explica que “una primera hipótesis es aquella en la que la incidencia de la prestación de servicios de la plataforma en el negocio que, a posteriori, celebre el oferente con el adquirente es neutra” (tal el caso de las plataformas que funcionan exclusivamente como secciones de anuncios, o bien que cuentan con tales secciones); “otro caso es aquel en que la prestación de servicios de la plataforma es coadyuvante -en mayor o menor grado- respecto del contrato que

El distingo de base propuesto permitiría determinar la responsabilidad de la plataforma, o su ausencia, en relación al incumplimiento de los terceros ajenos a la actividad comprometida. En esa línea, Galdós y Valicenti sostienen que para dilucidar la responsabilidad indirecta o refleja de los titulares de las plataformas por la actuación de proveedores oferentes, deben necesariamente considerarse: “a) si la plataforma desarrolla una intervención pasiva (rol pasivo o neutral) frente a los usuarios y actúa como un sitio de anuncio de ofertas e intercambio de información, sin intervenir en la celebración del contrato, su responsabilidad es de base subjetiva y responde cuando se pruebe su culpa (arts. 1721, 1724, 1725 y concs., CCyC). Es el caso de los servicios de avisos clasificados o hosting (ofertas, datos de contacto, etc.). No corresponde aplicar el art 40, LDC porque no intervino en la cadena de comercialización. b) Si la plataforma desarrolla una intervención activa (rol activo), pues pone a disposición de las partes un sistema que permite celebrar y/o ejecutar el contrato en ese mismo entorno (es un marketplace), genera una confianza especial en el consumidor (arts. 1067 y 1725, CCyC), o garantiza la operación, su responsabilidad es de base objetiva, y solidaria por aplicación del art. 40 de la LDC y normas complementarias y concordantes del CCyC (es decir, debe ser considerada una intermediaria de la cadena de comercialización)”<sup>48</sup>.

A esta altura del desarrollo y aun admitiendo que la responsabilidad de los titulares de las plataformas digitales debe juzgarse de conformidad a su tipología, a los modelos de negocios que las definen y a la actuación concretamente desplegada, creemos que tales argumentos resultan insuficientes para desplazar la aplicación del régimen protectorio del consumidor con sus notas definitorias<sup>49</sup> y, en particular, lo concerniente al factor objetivo de atribución y a las eximentes de interpretación restrictiva<sup>50</sup>.

Insistimos en la idea de que cuando concurren los presupuestos subjetivos y objetivos de la relación de consumo, el régimen de responsabilidad que les cabe es el consagrado por el sistema de tutela especial y que a falta de una exclusión expresamente prevista por el legislador, no corresponde detraer a las plataformas proveedoras (del servicio que ofrecen y efectivamente prestan a los

---

celebran oferente y demandante” (como las plataformas que ofrecen servicios conexos como calificaciones, medios de pago o garantías) y “finalmente, existe un supuesto en que la incidencia de la prestación de servicios de la plataforma digital será activa o, si se quiere, ineludible” (caso se presenta cuando el operador de la plataforma digital desempeña un papel activo que le permite adquirir conocimiento o control de los datos almacenados, optimizar la presentación de ofertas por motores de búsqueda externos o, de otro modo, efectuar recomendaciones, etc.).

<sup>48</sup> GALDÓS y VALICENTI (2023).

<sup>49</sup> “En materia de responsabilidad por daños en las relaciones de consumo, en cualquiera de sus supuestos (art. 5º y 6º, 10 bis y 40), rige el principio de responsabilidad objetiva y concurrente de toda la cadena de comercialización. ¿Cuál será el argumento de peso para apartar esta regla de las relaciones de consumo en el entorno electrónico...en el comercio electrónico, donde en virtud del anonimato, la falta de inmediatez y la cuestión técnica predeterminada por el organizador dichos riesgos se ven especialmente acrecentados?” (ESTEVARENA y BAROCELLI, 2018).

<sup>50</sup> TRIVISONNO (2019), p. 998.

usuarios/consumidores) del Derecho aplicable al que deben someterse, como todos los sujetos obligados su cumplimiento (conf. art. 2 LDC)<sup>51</sup>.

Oportuno es reiterar que las Directrices de Naciones Unidas para la Protección del Consumidor de 1985, reformadas en 1999 y 2015, en materia de protección del consumidor electrónico, establecen que “los consumidores que recurran al comercio electrónico deben tener un grado de protección que no sea inferior al otorgado en otras formas de comercio (arts. 5º inc. j y 63)”. El principio de equiparación de derechos del consumidor digital se complementa, en efecto, con el de equiparación de responsabilidades del proveedor que despliega su actividad en ese mismo ámbito.

La responsabilidad de las plataformas quedará comprometida cuando el daño padecido por el consumidor damnificado se conecte causalmente con la actividad concretamente desplegada por aquélla; y en razón de ello es que cobra singular relevancia analizar la actuación concreta de quien diseña el espacio, organiza el servicio a suministrar y ofrece sus recursos tecnológicos para facilitar el contacto de los usuarios destinatarios y la realización de contrataciones en ese ámbito concreto.

“La plataforma es un sitio de rigurosa especialidad: ésa es su marca y su sesgo”<sup>52</sup>. La apariencia de solvencia profesional, el prestigio del nombre, el dominio de los recursos tecnológicos disponibles, el volumen de negocios ofrecidos, la predeterminación de las reglas de uso y el tránsito masivo de usuarios en la plataforma, generan confianza en los consumidores.

Interesa destacar que la organización del sistema responde a un modelo de negocio que se construye sobre la base de un esquema de confianza institucional y confianza distribuida<sup>53</sup>, que no puede ser soslayado. Ante la duda de quién debe soportar los riesgos de la lesión de la confianza, no cabe sino concluir que deberán

---

<sup>51</sup> “Si hay relación de consumo, la responsabilidad es objetiva, mientras la Ley N° 24.240 esté redactada como está, no verificándose argumentos válidos para sustraer a los portales-intermediarios-proveedores del régimen de responsabilidad particular cuando no lo ha hecho el legislador” (TAMBUSSI, 2021).

<sup>52</sup> TAMBUSSI (2021).

<sup>53</sup> Explican Estevarena y Barocelli que la *confianza institucional* se sostiene en “instituciones neutrales que ocupan el rol de garantes de la confianza en operaciones entre extraños”. El contrato como acto jurídico y su regulación particular en el sistema del código unificado dan respaldo a esa confianza institucional, al consagrar la autonomía de la voluntad (arts. 958 y ss.), al reconocer el efecto vinculante de los contratos, al mandar a ejecutar aquellos contratos incumplidos (art. 959), al garantizar que lo acordado entre partes no será modificable por autoridad alguna (art. 960), al autorizar sólo en circunstancias especiales que el juez modifique o extinga contratos a pedido de parte (art. 960), entre otras reglas. A las normas indisponibles contenidas del sistema general, destinadas a la protección de la persona humana, cabe sumar las contempladas en el sistema especial de protección de los consumidores que refuerzan la confianza institucional al identificar las vulnerabilidades singulares de aquéllos y ofrecer soluciones específicas. A aquella confianza institucional, en el escenario particular de las plataformas de intermediación, se suma la *confianza distribuida*, donde los usuarios depositan su confianza también en la opinión, experiencias y calificaciones que otros usuarios aportan, en una suerte de red horizontal, que no se construye de forma espontánea sino que, por el contrario, es también diseñada por el titular de la plataforma, para que allí se vuelquen esas experiencias y evaluaciones que luego será compartidas (ESTEVARENA y BAROCELLI, (2018); asimismo, BAROCELLI (2023), p. 696-697).

recaer en quien asume el rol de organizador de la red y de quien aporta los recursos tecnológicos para la dinámica y funcionamiento de ese entramado contractual (arts. 991, 1065, 1067, 1073 y 1074 CCyC)<sup>54</sup>.

Acentuar la tutela de la confianza del consumidor digital es un mandato indeclinable<sup>55</sup>, ante la evidencia de que su vulnerabilidad de base se ve agravada por la anti-naturalidad del hecho tecnológico y por el sometimiento inexorable a las reglas de tránsito impuestas por el organizador de la red y del sistema<sup>56</sup>.

La actuación de los proveedores que ofrecen, publicitan y contratan con consumidores en ese espacio digital, no puede considerarse ajena a la actividad desplegada por la plataforma de intermediación. Se trata de terceros directamente implicados en la dinámica de la intermediación ofrecida a los usuarios que transitan el sitio. La plataforma, en ocasiones, presta una asistencia consistente en optimizar la presentación de ofertas de ciertos productos o servicios, o los promueve directamente; o respalda las operaciones mediante garantías de “compra segura” o “entrega segura”, etc.; o estimula las transacciones con sistemas de puntuación o calificaciones de los proveedores oferentes<sup>57</sup>; prestaciones que refuerzan la confianza en el sistema.

Por otra parte, y no obstante las objeciones planteadas por calificada doctrina<sup>58</sup>, coincido con quienes interpretan que teoría de la conexidad contractual (conf. arts. 1073 a 1075 CCyC) contribuye a sostener estos argumentos.

Estevarena y Barocelli<sup>59</sup> explican que en las plataformas de marketplace, con independencia de que las operaciones se concreten con su intermediación o no, se verifica una tríada de contratos conexos de base: 1) el contrato entre el usuario-proveedor y el usuario-consumidor (contrato de consumo), 2) el contrato entre el usuario-proveedor y la plataforma (contrato por adhesión), y 3) el contrato entre el usuario-consumidor y la plataforma (contrato de consumo), sin soslayar que red contractual puede sumar otros contratos conexos en lo relativo a sistema de pagos, entregas o envíos, etc.

La plataforma ocupa el rol de organizador de este particularísimo sistema contractual, por lo que sus acciones repercuten directamente en la causa supracontractual y en todos los contratos ligados a ella. La interpretación coordinada de la conexidad contractual del sistema general, con los principios y

---

<sup>54</sup> ESTEVARENA Y BAROCELLI, (2018).

<sup>55</sup> TRIVISONNO (2023), p. 430; TRIVISONNO (2019), p. 296; TRIVISONNO (2028), p. 63. Asimismo WEINGARTEN (2020), p. 3; RUSCONI (2007).

<sup>56</sup> Ver SAHIÁN (2022), p. 105.

<sup>57</sup> Mediante un algoritmo -recurso tecnológico provisto por la plataforma- y a partir de datos y experiencias volcados por los usuarios, se ofrece como prestación accesoria, un sistema de puntuación o calificación que arroja niveles de confiabilidad de los proveedores oferentes, y que sirve de orientación relevante para los interesados en concretar una transacción.

<sup>58</sup> “Nos parece que, en tal caso, no puede seriamente hablarse de conexidad contractual por defecto de todos los presupuestos del art. 1073 del Código Civil y Comercial. No hay una finalidad económica común, previamente establecida que lleve a proclamar que uno de ellos a sido determinante para el logro del resultado perseguido” <sup>58</sup> (PIZARRO, 2023, p. 585).

<sup>59</sup> ESTEVARENA Y BAROCELLI, (2018).



reglas del sistema protectorio especial permiten resolver la distribución de los riesgos de una dinámica contractual singular<sup>60</sup>.

En esa línea se pronunció la Comisión 4 de las Jornadas Nacionales de Derecho Civil de 2024, al dejar establecido en las “Conclusiones” que “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” (apartado 4).

En la misma senda argumental se inscribe la propuesta regulatoria de los proyectos de Código de Defensa del Consumidor presentados en los últimos años en el Congreso nacional<sup>61</sup>, que el art. 65 dispone: “Conexidad. Acción preventiva, acción directa y tutela resarcitoria. La conexidad descripta en el artículo 1073 del Código Civil y Comercial y la tutela de la confianza, podrán habilitar al consumidor según las circunstancias, a ejercer en relación de quien sea parte en alguno de los contratos coligados los siguientes derechos respecto de otros participantes del acuerdo global que no hubieran contratado directamente con él: 1) La prevención del daño, de modo especial cuando se trate de situaciones jurídicas abusivas, prácticas abusivas o tutela de la seguridad; 2) Exigir el cumplimiento de una obligación que le era debida originariamente por su contratante, mediando mora del obligado, sin perjuicio de los casos especiales expresamente previstos; 3) Reclamar el resarcimiento de los daños sufridos como consecuencia del incumplimiento de tales obligaciones”.

La situación de las plataformas digitales debería ser objeto de una regulación particular, como lo ha sido en el Derecho comparado. Si el Congreso decidiera que razones de política legislativa justifican su abordaje en un cuerpo legal diferenciado o bien una norma expresa de exclusión o con condicionamientos para la aplicación del régimen protectorio del consumidor, así debe hacerlo. En el Derecho vigente, verificándose la concurrencia de los presupuestos que definen el ámbito de aplicación del sistema de tutela citado, la actividad desplegada por las plataformas de intermediación queda sometida al régimen de responsabilidad por daños allí establecida, con respuestas uniformes, sin distingo ninguno.

Con razón se dice que “soplan vientos de reformas” en el Derecho del Consumidor argentino<sup>62</sup>. Las iniciativas de codificación en nuestro país ratifican el emplazamiento de la temática aquí analizada en el régimen protectorio, con

---

<sup>60</sup> TAMBUSSI (2021).

<sup>61</sup> Sobre la base del mismo anteproyecto, ingresaron sucesivamente en la Cámara de Diputados y – al perder estado parlamentario- los proyectos identificados como Expte. 5156-D-2020, Expte. 841-D-2022 y Expte. 128-D-2024; todos por la bancada del Frente de Todos. Por su parte, la bancada de Juntos por el Cambio, sobre la base de idéntico anteproyecto, presentó los proyectos identificados como Expte 3143-D-2020, reemplazado por el Expte 3607-D-2022, al perder estado parlamentario el primero de ellos. En el Senado Nacional, ingresó el proyecto de Código de Defensa del Consumidor, identificado como Expte. S-2576-19 que, al perder estado parlamentario, fue reemplazado por el Expte. S-1745-21 y luego por el Expte. S-337/2023.

<sup>62</sup> BAROCELLI (2023), p. 686.

normas particulares sobre la contratación a distancia<sup>63</sup>, la recepción expresa del principio de equiparación de derechos de los consumidores en el entorno digital<sup>64</sup>, la obligación de suministrar información con el estándar más elevado considerando la especial vulnerabilidad del consumidor<sup>65</sup>, el reconocimiento expreso de “otros derechos del consumidor”<sup>66</sup>, la traslación del riesgo en cabeza del proveedor por pérdida o deterioro de los bienes transportados<sup>67</sup>, directivas en materia de rescisión por medio electrónico<sup>68</sup> y –en lo que aquí interesa- con un dispositivo particular referido a la responsabilidad de las plataformas.

La norma dedicada a la regulación de la responsabilidad en concreto, es la que desembarca en el art. 73 de los proyectos con trámite parlamentario desde el año 2019, que ofrecen textos diversos<sup>69</sup>.

Cuatro de los proyectos presentados -sobre la base del mismo anteproyecto, pero con sus matices- dejan establecida de forma explícita en el art. 73, la responsabilidad objetiva de los titulares de las plataformas (en la Cámara de Diputados, los identificados como Exptes. 3143-D-2020 y 3607-D-2022 de la bancada de Juntos por el Cambio; y los identificados como Exptes. 5156-D-2020, 841-D-2022 y 128-D-2024 de la bancada del Frente de Todos).

Otro proyecto ingresado también en la Cámara de Diputados -que toma distancia de los proyectos presentados por los bloques mayoritarios que se mencionan en el párrafo precedente<sup>70</sup>- propone en su art. 329: “el proveedor intermediario digital y el proveedor oferente, cualquiera sea la participación que tengan o la actividad que desarrollen en la relación de consumo, quedan solidariamente obligados por el cumplimiento del presente Código ante las y los consumidores, sin perjuicio de las acciones de repetición que pudieren corresponder entre ellos”.

Sin pronunciarse explícitamente sobre el factor de atribución de responsabilidad, otro texto del art. 73 proyectado, dispone: “De conformidad con las reglas de conexidad, la exención de responsabilidad del operador electrónico sólo será posible cuando concurren estos extremos: 1) No haber desempeñado un rol activo en la operación jurídico económica, limitándose a proporcionar únicamente un foro de transacciones, informando ello de forma clara, destacada y

---

<sup>63</sup> Es el capítulo 9 perteneciente al Título II dedicado a la “Protección contractual del consumidor”.

<sup>64</sup> El art. 71 dispone: “Equiparación de derechos. Se reconoce y garantiza a los consumidores en el entorno digital un grado de protección que nunca será inferior al otorgado en las relaciones de consumo entre presentes”.

<sup>65</sup> El art. 72 establece: “Información al consumidor. En las diferentes etapas de la contratación electrónica se exige que el consumidor sea informado con el estándar más elevado que sea posible, a fin de lograr que resulte plenamente consciente de sus derechos y de sus obligaciones. A estos fines, se ponderará el grado de vulnerabilidad del consumidor”.

<sup>66</sup> Art. 74.

<sup>67</sup> Art. 75.

<sup>68</sup> Art. 76.

<sup>69</sup> Para un repaso minucioso de las diferentes “fórmulas” contenidas en los distintos proyectos y su análisis crítico, ver BAROCELLI (2023), p. 685-702. Ver asimismo, el relevamiento en PIZARRO (2023), p. 587-591.

<sup>70</sup> Ver las observaciones a esta propuesta de codificación en BAROCELLI (2023), p. 706. Asimismo, PIZARRO (2023), p. 790.

fácilmente comprensible; 2) No haber generado una particular confianza en el consumidor” (en la Cámara de Senadores, proyectos identificados como Expte. S-2576/2019 y S-1745/2021). Una nueva versión del art. 73, es la que corresponde al proyecto identificado como Expte. S-337/2023 también del Senado que reza: “En los supuestos de daños causados al consumidor por proveedores que hubieran utilizado plataformas de comercio electrónico, el operador de la plataforma será responsable en la medida que su accionar haya contribuido en tales daños si: 1) Tuviera conocimiento efectivo del vicio o riesgo del producto o servicio, u otro incumplimiento del proveedor; 2) No actuara con debida diligencia a fin de prevenir o mitigar los daños”.

## **V. EL DEBATE DE LA TEMÁTICA EN LAS XXIX JORNADAS NACIONALES DE DERECHO CIVIL REALIZADAS EN EL AÑO 2024**

El arduo debate de la Comisión 4 de las XXIX Jornadas Nacionales de Derecho Civil, derivó en “Conclusiones” de gran relevancia, que -en lo pertinente- se reseñan a continuación.

Al abordar los aspectos generales de la temática, se dejó que “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” (apartado I, punto 1).

La necesidad de un análisis particular quedó plasmada también en las conclusiones, al explicitar que “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” (apartado I, punto 2).

Se sostuvo que “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” (apartado I, punto 3).

La imprescindible visión sistémica quedó plasmada también en las “Conclusiones”, al explicitar que “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” (apartado I, punto 4).

Se sostuvo que “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” (apartado I, punto 5).

Se ratificó la idea -ya señalada- en torno a que “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” (apartado I, punto 6).

Al tratar la “Responsabilidad por daños al consumidor derivados del incumplimiento de deberes incumbentes al rol de proveedor” (apartado II), se concluyó, por unanimidad: “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”. Se dejó asimismo establecido que “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 su parte, al tratar sobre la “Responsabilidad por daños al consumidor derivados de incumplimientos de terceros proveedores” (apartado III), se concluyó: “9) (i) 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”. “ (ii) 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”.

En cuanto a la “Responsabilidad por daños al consumidor derivados de contenidos ilícitos alojados por terceros” (apartado IV), se concluyó: “10) (i) 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”. “(ii). Despacho de minoría: La plataforma digital responde por los daños al consumidor derivados de

contenidos ilícitos alojados por terceros”. Asimismo, se dejó establecido, por mayoría, que: “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”.

Entre las conclusiones más relevantes, cabe mencionar la que establece que “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”.

Interesa destacar que la doctrina especializada -reunida en esa Comisión de las Jornadas Nacionales de Derecho Civil- recomendó “la aprobación de la codificación proyectada por la comunidad académica, por cuanto regula y sistematiza la materia en debate” (apartado 17); exhortación que ojalá sea escuchada por el parlamento nacional.

## VI. BIBLIOGRAFÍA

AICEGA, María Valentina (2022): “Alcances del Deber de Responder de las Plataformas Digitales. Quid de sus Grados de Intervención”, *Revista de Derecho del Consumidor*, N°13 (Buenos Aires, IJ Editores).

BAROCELLI, Sergio Sebastián (2021): “La protección de los consumidores en los entornos digitales. Aportes para una teoría general”, en BAROCELLI, Sergio S., (Dir.) *La protección de los consumidores en el entorno digital* (Buenos Aires, El Derecho).

BAROCELLI, Sergio Sebastián (2021): “Niñas, niños y adolescentes como consumidores en entornos digitales”, *RDF* 100, 83, TR AR/DOC/1599/2021.

BAROCELLI, Sergio Sebastián (2023): “La responsabilidad de las plataformas en las relaciones de consumo. Una mirada desde los proyectos de código de defensa de las y los consumidores”, en GALDÓS, Jorge M. (Dir.), VALICENTI, Ezequiel (Coord.), *Daños en los entornos digitales*, T. 1 (Santa Fe, Rubinzal Culzoni).

BARRY, Luis Diego -Bauer, Eugenio (2018): “El rol activo como dirimente en materia de responsabilidad en el comercio electrónico”, LL 2018-B, 526 (Buenos Aires, Thomson Reuters).

CILIBERTO, Leonel Javier (2021): “El dilema de la responsabilidad de las plataformas digitales”, en WEINGARTEN, Celia (Dir), *La disrupción digital y sus impactos en el ser humano. Una mirada jurídica* (Santa Fe, Rubinzal Culzoni).

CHAMATROPULOS, Demetrio Alejandro (2019): *Estatuto del Consumidor Comentado*, (Buenos Aires, Thomson Reuters-La Ley 2º edición).

DEL CARRIL, Enrique (2019): “Responsabilidad de los intermediarios en internet y neutralidad de la red”, RCyS 2019-VII, 41 (Santa Fe, Rubinzal Culzoni).

ESTEVARENA, Emiliano y BAROCELLI, Sergio Sebastián (2018): “La protección de los consumidores en plataformas de comercio electrónico”, LL 2018-C, 180 (Buenos Aires, Thomson Reuters).

FARINA, Juan (2009): *Defensa el consumidor y del usuario. Comentario exegético de la Ley 24.240 con las reformas de la Ley 26.361*, (Buenos Aires, Astrea).

GALDÓS, Jorge M, y VALICENTI, Ezequiel (2023): “Aproximaciones a la responsabilidad civil de las plataformas de comercialización y de la economía colaborativa. Primera parte”, RC D 226/2023 (Santa Fe, Rubinzal Culzoni).

HERNÁNDEZ, Carlos A. y FRUSTAGLI, Sandra A. (2009): “Comentario al art. 40 de la Ley N° 24.240”, en PICASSO, Sebastián y VÁZQUEZ FERREYRA, Roberto (Dirs.): *Ley de Defensa del Consumidor Comentada y Anotada*, T. I, (Buenos Aires, Thomson Reuters).

HERNÁNDEZ, Carlos Alfredo (2021): “El derecho del consumidor y los entornos digitales”, JA 2021-III, 131 (Buenos Aires, Jurisprudencia Argentina).

LORENZETTI, Ricardo Luis (2009): *Consumidores* (Santa Fe, Rubinzal Culzoni).

MÁRQUEZ, José Fernando y CALDERÓN, Maximiliano (2004): “La tutela del consumidor de los derechos de uso y goce de un inmueble. La locación y la Ley 24.240”, *Revista de Derecho Privado y Comunitario*, 2004-2, Locación de cosas inmuebles y equivalentes (Santa Fe, Rubinzal Culzoni).

PIZARRO, Ramón Daniel (2015): “Responsabilidad por productos y por servicios en la Ley de Defensa del Consumidor”, en STIGLITZ, Gabriel A. –y HERNÁNDEZ, Carlos A. (Dirs.): *Tratado de Derecho del Consumidor*, T. III (Buenos Aires, Thomson Reuters).

PIZARRO, Ramón Daniel (2021): “Responsabilidad del operador de una plataforma de comercio electrónico on line”, *La Ley* 08/09/2021 (Buenos Aires, Thomson Reuters).



PIZARRO, Ramón Daniel (2023): “Responsabilidad del operador de una plataforma de comercio electrónico on line”, en GALDÓS, Jorge M. (Dir.) y VALICENTI, Ezequiel (Coord.): *Daños en los entornos digitales*, T. 1, (Santa Fe, Rubinzal Culzoni).

RUSCONI, Dante (2007): “La confianza del consumidor como factor de atribución de responsabilidad del proveedor aparente”, (Buenos Aires, Jurisprudencia Argentina).

SAHIÁN, José Humberto (2022): “Los principios del derecho de los consumidores. Consideraciones generales y breve aproximación a la problemática de los usuarios en entornos digitales”, RCCyC 2022 (septiembre-octubre), (Buenos Aires, Thomson Reuters).

TAMBUSSI, Carlos Eduardo (2018): “Relación de consumo y responsabilidad objetiva entre los usuarios de plataformas de venta y el proveedor del servicio”, RCyS 2018-VII, 59 (Santa Fe, Rubinzal Culzoni).

TAMBUSSI, Carlos Eduardo (2021): “Responsabilidad objetiva de plataformas de venta en la web”, RCCyC 2021 (diciembre), 31 (Santa Fe, Rubinzal Culzoni).

TAMBUSSI, Carlos Eduardo (2021): “La relación entre los usuarios de plataformas de venta por internet y el proveedor del servicio. El caso Kosten”, RDCO 290, 510 (Santa Fe, Rubinzal Culzoni).

TRIVISONNO, Julieta (2019): “Daños al consumidor. La valoración restrictiva de su culpa como eximente de responsabilidad del proveedor”, *Revista jurídica de daños y contratos*, N° 20 (Buenos Aires, IJ Editores).

TRIVISONNO, Julieta (2019): “Comercio electrónico en el Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor: Información, responsabilidad, confianza y otras cuestiones”, RDCO 296, 797 (Buenos Aires, Thomson Reuters).

TRIVISONNO, Julieta (2019): “Comercio electrónico, responsabilidad y confianza”, SJA 17/10/2018, 63, (Buenos Aires, Jurisprudencia Argentina).

TRIVISONNO, Julieta (2023): “Responsabilidad de las plataformas marketplace en el Derecho argentino”, en GALDÓS, Jorge M. (Dir.) y VALICENTI, Ezequiel (Coord.), *Daños en los entornos digitales*, T. 1 (Santa Fe, Rubinzal Culzoni).

WEINGARTEN, Celia (2020): “Contrato de consumo electrónico y plataformas de venta on line. Algunas aristas de análisis”, JA 11/3/2020 (Buenos Aires, Jurisprudencia Argentina).