

# EL CONTRATO DE USO DE PLATAFORMA DIGITAL: LA ESTRUCTURA JURÍDICA DE LOS MODELOS DE NEGOCIO DE LA ECONOMÍA COLABORATIVA\*

*THE DIGITAL PLATFORM USAGE AGREEMENT:  
THE LEGAL STRUCTURE OF THE BUSINESS  
MODELS OF COLLABORATIVE ECONOMY*

*Leonardo David Balduzzi\*\**

**Resumen:** Mediante el contrato de uso de plataforma digital una parte habilita a otra a utilizar un producto digital en internet destinado a compartir información o entablar comunicaciones a cambio o no de un precio en dinero. Se trata de una figura amplísima que comprende una gran cantidad de plataformas de comunicación, juegos, música, contenidos audiovisuales, redes sociales, gestión de trámites, intercambio de bienes o servicios, entre muchas otras. Sin perjuicio de que cada producto tiene sus propias particularidades, la estructura de la relación entre las partes es la misma. En todos los casos tenemos un sujeto que proporciona un espacio en la red en donde los usuarios pueden acceder para consumir, compartir o intercambiar información o entablar comunicaciones. En el presente trabajo proponemos un análisis del vínculo contractual que conecta al operador de la plataforma con sus usuarios. Nuestro foco está puesto, especialmente, en los modelos de negocios de la economía colaborativa.

**Palabras-clave:** Economía de plataformas - Era Digital - Tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs) - *Startups* - Términos y condiciones.

**Abstract:** By means of the digital platform usage agreement, one party enables another to use a digital product on the internet, aimed at sharing information or establishing communication in exchange or

---

\* Trabajo recibido el 9 de junio de 2020 y aprobado para su publicación el 21 de julio del mismo año.

\*\* Abogado por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Maestrando en Derecho Privado por la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Doctorando en Derecho y Ciencias Sociales por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Profesor de Derecho Privado III de la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional de Córdoba (FD, UNC) (contacto: leonardobalduzzi@hotmail.com.ar).

not for an agreed sum of money. It is about a wide form of contract comprising a lot of communication platforms, games, music, audio-visual content, social media, management procedures, exchange of goods or services; among many others. Without prejudice to the fact that each product has its own specific characteristics, the structure of the relationship between the parties is the same. In all cases, we have a subject who provides a web space where users can access to consume, share and exchange information or establish communications. In this paper, we propose an analysis of the contractual relationship that connects the platform operator with their users. Our focus is mainly on the business models of the collaborative economy.

**Keywords:** Platform Economy - Digital Age - Information and Communication Technologies - Startups - Terms and Conditions.

**Sumario:** I. Introducción. II. Nuevos modelos de negocios centrados en la economía colaborativa. III. Características comunes en las plataformas digitales colaborativas. IV. Concepto. V. Caracteres. VI. Régimen aplicable. VII. Sujetos. VIII. Capacidad. IX. Formación del consentimiento. X. Términos y condiciones. XI. Objeto. XII. Causa. XIII. Prueba. XIV. Obligaciones de las partes. XV. Extinción. XVI. Contratos con elementos de extranjería. XVII. Conclusión.

## I. Introducción

Sin dudas los desarrollos tecnológicos conectados a internet están promoviendo importantes cambios en las relaciones humanas, es decir, la manera en que nos vinculamos con el otro. Hasta hace algún tiempo, la búsqueda laboral consistía en revisar los avisos clasificados del periódico y presentar el *curriculum vitae* impreso en la sede del empleador; hoy en día, ello se realiza mediante la carga de datos en plataformas digitales en donde se publican ofertas de trabajo. Y así con tantísimas otras situaciones.

El derecho, por su parte, se encuentra absolutamente implicado en este proceso de transformación en la medida que regula relaciones humanas. Centrándonos nada más que en las relaciones jurídicas privadas patrimoniales, podemos mencionar como ejemplo las criptomonedas, los títulos cambiarios electrónicos, los contratos inteligentes o *smart contracts*, etc. De modo que los desafíos del derecho de cara a las nuevas tecnologías son muchísimos y en todas sus disciplinas<sup>1</sup>.

---

(1) MÁRQUEZ, J. F. y MOISSET DE ESPANÉS, L. "La formación del consentimiento en la contratación electrónica", *Academia Nacional de Derecho y Ciencias Sociales de Córdoba*, p. 1 [Disponible en: <http://www.acaderc.org.ar/doctrina/articulos/artformacionconsentimientocontratacionelectro>]

En este trabajo nos interesamos en un fenómeno económico-tecnológico particular que se está desarrollando con auspiciosos resultados desde el comienzo del nuevo milenio: las plataformas digitales colaborativas<sup>2</sup>. Son aquellas que proporcionan un espacio para compartir o intercambiar información en internet facilitando el acceso a determinados bienes o servicios. Si bien muchas de ellas son ampliamente conocidas -Mercado Libre<sup>3</sup>, Computrabajo<sup>4</sup> Airbnb<sup>5</sup> o Booking<sup>6</sup>, por citar las más populares-, la doctrina nacional todavía no se ha ocupado con detenimiento de la relación contractual existente entre los usuarios y el operador de la plataforma.

Nuestro objeto de análisis será el contrato de uso de plataforma digital con especial atención en los modelos de negocios de la economía colaborativa<sup>7</sup>. Se trata de un contrato atípico, aunque con suficiente tipicidad social dada la creciente utilización de estos productos digitales. Según anticipamos, nuestra doctrina ha abordado algunos temas específicos<sup>8</sup>, pero no precisamente la estructura contractual

---

Fecha de consulta: 22/5/2020]. “No existe espacio jurídico que no haya debido avocarse a problemas o interrogantes originados por la sociedad de la información: teletrabajo, posibilidades inconmensurables de acumulación de datos sensibles -con su consiguiente manipulación y venta-, nuevas fronteras de los derechos de propiedad intelectual, problemas de conflictos de leyes (legislación aplicable, tributación de operaciones comerciales originadas en lugares desconocidos), nuevos delitos penales (‘hacking’, ‘snifers’, ‘estafas virtuales’), gobierno electrónico (‘e-goverment’), son temas que cruzan las construcciones legales formuladas para una realidad ‘analógica’ y de contactos en persona”.

(2) RODRÍGUEZ, R., SVENSSON, G. y PÉREZ, M. “Modelos de negocio en la economía colaborativa: síntesis y sugerencias”, *Esic Market Economics and Business Journal*, vol. 48, núm. 2, 2017, p. 258 [Disponible en: [https://www.esic.edu/editorial/editorial\\_revista\\_esic\\_contenidos.php?id=508&lm=e](https://www.esic.edu/editorial/editorial_revista_esic_contenidos.php?id=508&lm=e) Fecha de consulta: 22/5/2020]. “Podemos resumir la economía del siglo xx como una economía que estuvo centrada en el hiperconsumo basada en el crédito, la publicidad y la propiedad individual. La economía del siglo xxi está centrada en el consumo colaborativo utilizando la reputación, la comunidad y el acceso compartido, como principales herramientas”.

(3) <https://www.mercadolibre.com.ar/> Fecha de consulta: 3/6/2020.

(4) <https://www.computrabajo.com.ar/> Fecha de consulta: 3/6/2020.

(5) <https://www.booking.com/index.es-ar.html> Fecha de consulta: 3/6/2020.

(6) <https://www.airbnb.com.ar/> Fecha de consulta: 3/6/2020.

(7) La Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones “Una Agenda Europea para la economía colaborativa” del 2 de junio de 2016 define a la economía colaborativa en los siguientes términos: “A los efectos de la presente Comunicación, el término ‘economía colaborativa’ se refiere a modelos de negocio en los que se facilitan actividades mediante plataformas colaborativas que crean un mercado abierto para el uso temporal de mercancías o servicios ofrecidos a menudo por particulares. La economía colaborativa implica a tres categorías de agentes i) prestadores de servicios que comparten activos, recursos, tiempo y/o competencias -pueden ser particulares que ofrecen servicios de manera ocasional (‘pares’) o prestadores de servicios que actúan a título profesional (‘prestadores de servicios profesionales’); ii) usuarios de dichos servicios; y iii) intermediarios que -a través de una plataforma en línea- conectan a los prestadores con los usuarios y facilitan las transacciones entre ellos (‘plataformas colaborativas’). Por lo general, las transacciones de la economía colaborativa no implican un cambio de propiedad y pueden realizarse con o sin ánimo de lucro”.

(8) CHRISTOPHERSEN, R. “De ‘Claps’ a ‘Kosten’: una correcta evolución sobre la responsabilidad de las plataformas de comercio electrónico”, *Revista Derecho y Nuevas Tecnologías*, núm. 2, 2020,

del vínculo entre los usuarios y el operador de la plataforma<sup>9</sup>. Nos proponemos, entonces, individualizar sus principales notas con el objetivo de trazar un perfil jurídico aproximado.

El estudio se iniciará con una breve descripción acerca de la economía de plataformas, luego apuntaremos las principales características jurídicas de las plataformas digitales colaborativas, y después abordaremos el análisis tradicional de un contrato atípico desde el concepto hasta las causales de extinción.

## II. Nuevos modelos de negocios centrados en la economía colaborativa

Es incuestionable que, como sociedad global, estamos siendo partícipes de profundos cambios como consecuencia del desarrollo de las nuevas tecnologías, en particular, de las denominadas Tecnologías de la información y de las comunicaciones -en adelante TICs-<sup>10</sup>. El impacto puede percibirse con más o menos intensidad en la economía, el derecho, la política, la educación, el arte o el deporte. Las TICs están

---

pp. 57-65. [Disponible en: [https://www.udesa.edu.ar/sites/default/files/revista\\_rdynt\\_nro.\\_2.\\_web.pdf](https://www.udesa.edu.ar/sites/default/files/revista_rdynt_nro._2._web.pdf) Fecha de consulta: 21/5/2020]. TAMBUSSI, C. E. "La relación entre los usuarios de plataformas de venta por Internet y el proveedor del servicio: El caso 'Kosten'", *Revista Derecho Comercial y de las Obligaciones*, núm. 290, 2018, pp. 510-523. MENDIBERRI, L. S. "Derecho de supresión y libertad de expresión en el marco de redes sociales", *Revista Derecho y Nuevas Tecnologías*, núm. 2, 2020, pp. 193-214 [Disponible en: [https://www.udesa.edu.ar/sites/default/files/revista\\_rdynt\\_nro.\\_2.\\_web.pdf](https://www.udesa.edu.ar/sites/default/files/revista_rdynt_nro._2._web.pdf) Fecha de consulta: 21/5/2020]. KULIK, A. E. "Regulación de la industria Fintech. Marco aplicable en la República Argentina» en AA.VV. #LegalTech. *El Derecho ante la Tecnología*, La Ley, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2018, pp. 139-151. CHOMCZYK, A. "Reflexiones sobre el incipiente marco legal de la industria fintech en Argentina", *Revista Derecho y Nuevas Tecnologías*, núm. 1, 2017, pp. 51-74 [Disponible en: <https://udesa.edu.ar/sites/default/files/revistardyntnro1.pdf> Fecha de consulta: 21/5/2020]. Levi, D. "Marco legal de las actividades 'fintech' en la Argentina", *Revista Derecho Comercial y de las Obligaciones*, núm. 290, 2018, pp. 593-606. FERNÁNDEZ, D. Y O'FARRELL, I. "Privacidad en el contexto digital: la geolocalización de dispositivos móviles» en AA.VV. #LegalTech. *El Derecho ante la Tecnología*, La Ley, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2018, pp. 87-94. LIEFELDT, L. M. "Estructuración legal de proyectos de 'billetera digital' y préstamos online", en AA.VV. #LegalTech. *El Derecho ante la Tecnología*, La Ley, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2018, pp. 153-162. Farías, R. A. "El largo viaje de Uber hacia la legalidad", en AA.VV. #LegalTech. *El Derecho ante la Tecnología*, La Ley, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2018, pp. 71-85.

(9) Solamente se ha analizado la situación de algunas plataformas desde la perspectiva del derecho del trabajo: GNECCO, M. P. "Plataformas digitales y trabajo", *Revista Derecho del Trabajo*, La Ley, núm. 12, 2019, pp. 17-31; RODRÍGUEZ, A. R. "Trabajo decente: futuro del trabajo en la era de automatización y desarrollo sostenible", *Revista Derecho del Trabajo*, La Ley, núm. 11, pp. 52-60; GAMEN, S. A. "Glovo y Rappi, ¿al margen de la ley?", *Revista Derecho del Trabajo*, La Ley, núm. 7, 2019, pp. 1729-1733; GONZÁLEZ, M. D. "Normas internacionales y nacionales frente al efecto disruptivo de las plataformas virtuales", *Revista Derecho Laboral y Seguridad Social*, Abeledo-Perrot, núm. 19 (octubre), 2018, pp. 1845-1849; GAUTHIER, G. "Nuevos desafíos para el Derecho del Trabajo: el caso Uber", *Revista Derecho del Trabajo*, La Ley, núm. 8, 2017, pp. 1531-1549.

(10) En la ley n° 27078 se las define como "el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permitan la compilación, procesamiento, almacenamiento y transmisión de información, como por ejemplo voz, datos, texto, video e imágenes, entre otros" (artículo 6, inciso g).

cambiando, básicamente, la manera de relacionarse entre las personas. De allí que se hable de una Era Digital que nos evoluciona a una sociedad de la información. Internet nos permite buscar empleo, trabajar, encontrar pareja, publicar contenidos, aprender un idioma, informarnos sobre hechos ocurridos en cualquier sitio del planeta, comunicarnos en tiempo real, como así también celebrar prácticamente toda clase de contratos.

La economía de plataformas o economía colaborativa aprovecha las ventajas de las TICs con el propósito de facilitar el acceso a diferentes bienes o servicios a través de la interacción entre los usuarios. Estos modelos de negocios conocidos como P2P -*peer-to-peer*, es decir, entre pares- buscan una asignación más eficiente de los recursos a partir del consumo colaborativo, esto es, un consumo enfocado en el acceso compartido. Las personas están cada día más dispuestas a compartir activos infrautilizados -como podría ser una habitación no ocupada de la vivienda o el automóvil en los períodos que no se lo utiliza- a cambio o no de dinero u otras prestaciones<sup>11</sup>. Lo esencial no es la adquisición de los bienes sino su uso<sup>12</sup>.

Por otra parte, el modelo de negocio de las plataformas colaborativas comparte una cualidad que es elemental en un contexto de economía de redes: la escalabilidad. La capacidad de trepar rápidamente en el mercado global despierta el interés de los capitales inversores y así los emprendedores pueden obtener financiamiento para sus *startups*. Y más allá de la resistencia que plantean ciertas corporaciones de sectores tradicionales -con fundamento, casi siempre, en marcos regulatorios protectores de su actividad-, lo concreto es que la economía de plataformas se presenta en este Siglo XXI como una oportunidad de empleo y de desarrollo<sup>13</sup>.

---

(11) En este sentido, el Dictamen de iniciativa del Comité Económico y Social Europeo sobre "Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI" del 21 y 22 de enero de 2014 (2014/C 177/01) señala que: "El consumo colaborativo o participativo se extiende cada vez a más comunidades y ciudades de todo el mundo, que usan las redes tecnológicas para hacer más con menos mediante actividades como el alquiler, el préstamo, el intercambio, el trueque, el regalo o compartiendo productos a una escala antes inimaginable".

(12) CONF. DÍAZ-FONCEA, M. - MARCUELLO SERVÓS, C. - MONREAL GARRIDO, M. "Economía social y economía colaborativa: Encaje y potencialidades", *Economía Industrial*, núm. 402, 2016, p. 33 [Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5924492> Fecha de consulta: 22/5/2020].

(13) FERRER, M. - MAURES, A. "Un futuro para la economía colaborativa y los nuevos modelos de negocio en las plataformas digitales", *Cuadernos Económicos de ICE*, núm. 97, 2019, p. 156 [Disponible en: <http://www.revistasice.com/index.php/CICE/article/view/6801> Fecha de consulta: 21/5/2020]. "El tsunami tecnológico en el que nos encontramos alcanza a las infraestructuras digitales y analógicas, a los productos y servicios que recibimos, a los conceptos de consumidor y empresa y, por supuesto, a los modelos de negocio. Este es el caso de la economía de plataformas o la economía colaborativa. Estos nuevos modelos de negocio se han convertido en sinónimo de innovación y disrupción. Si bien, en ocasiones, se encuentran rodeados de polémica, trasladan la sensación de inevitabilidad y una nueva y provechosa fuente de oportunidades para mejorar el bienestar social. Hay consenso en que van a ser esenciales para la economía del futuro".

### III. Características comunes en las plataformas digitales colaborativas

Como para ir entrando en sintonía, nos proponemos sintetizar un conjunto de notas jurídicas que comparten las plataformas digitales objeto de nuestro análisis en cuanto a su composición contractual.

En primer lugar, el operador de la plataforma -esto es: la persona humana o jurídica que por sí misma o por intermedio de terceros administra el sitio web- califica como proveedor en los términos del estatuto del consumidor (artículo 2, LDC<sup>14</sup>; artículo 1093, CCCN<sup>15</sup>). Estamos ante sujetos que con profesionalidad y habitualidad se dedican a ofrecer servicios de la sociedad de la información a los consumidores<sup>16</sup>. Detrás de una plataforma existen importantes inversiones de capital destinadas a fondear su desarrollo dada la complejidad que entrañan los proyectos de esta naturaleza; con ello queremos significar que las plataformas están operadas por empresas de tecnología especializadas en desarrollos web. En este sentido, nadie desarrolla una plataforma para una determinada ocasión o para funcionar ocasionalmente, sino que son modelos de negocios que procuran insertarse en el mercado de manera permanente. El servicio de intermediación que brinda el operador permite que los consumidores accedan a diferentes bienes o servicios a través de las ofertas que publican otros usuarios de la plataforma.

En segundo lugar, el usuario de la plataforma que adquiere o utiliza los bienes o servicios en ella ofrecidos califica como consumidor en los términos del estatuto consumeril (artículo 1, LDC; artículo 1093, CCCN). La persona que contrata un viaje a través de Cabify<sup>17</sup>, por ejemplo, resulta ser el destinatario final del servicio de transporte que puede solicitarse mediante la aplicación móvil. Por el contrario, quienes ofrecen los bienes o servicios -el anfitrión de Airbnb, la empresa que publica una oferta laboral en Computrabajo, etc.- no son consumidores porque emplean la plataforma como instrumento o canal para llegar a su público, sin perjuicio de que se los llame usuarios; según el caso, ellos pueden ser proveedores -la agencia que alquila autos por Booking-, simples particulares -el profe de tenis que vende su raqueta usada por Mercadolibre- o incluso licenciatarios de servicios públicos -el taxista rosarino que utiliza Movi Taxi<sup>18</sup>-.

En tercer lugar, la relación jurídica que entablan los usuarios de la plataforma con el operador tiene naturaleza contractual. Claro que el nacimiento del contrato

---

(14) Ley de Defensa del Consumidor.

(15) Código Civil y Comercial de la Nación.

(16) La Directiva 98/48/CE del Parlamento Europeo y del Consejo del 20 de julio de 1998 que modifica la Directiva 98/34/CE por la que se establece un procedimiento de información en materia de las normas y reglamentaciones técnicas define al servicio de la sociedad de la información como "todo servicio prestado normalmente a cambio de una remuneración, a distancia, por vía electrónica y a petición individual de un destinatario de servicios" (artículo 1, 1<sup>er</sup> apartado, inciso a).

(17) <https://cabify.com/es> Fecha de consulta: 3/6/2020.

(18) <http://www.movitaxi.com.ar/> Fecha de consulta: 3/6/2020.

no se produce por el mero hecho de la navegación en la red -ello podría asimilarse a la lectura de un diario o una revista-, sino que es menester la existencia un acto que posea la entidad suficiente como para ser considerado manifestación de la voluntad (artículos 262, 971, 978 y 979, CCCN)<sup>19</sup>.

En cuarto lugar, si bien nos encontramos en un entorno de contratación electrónica, es perfectamente posible la comunión entre contratos celebrados por medios electrónicos y contratos celebrados por medios tradicionales. Mientras que el contrato entre los usuarios y el operador de la plataforma es electrónico por su propia naturaleza, el contrato que celebran los usuarios entre sí puede concretarse electrónicamente a través de la misma plataforma -así ocurre con Airbnb o Mercado Libre- o bien por mecanismos tradicionales -sería el caso de quien utiliza Cuida-MiMascota<sup>20</sup> para encontrar un cuidador para su perro o Home Solution<sup>21</sup> para encontrar un plomero-.

En último lugar, cabe señalar que este tipo de plataformas procuran satisfacer casi siempre necesidades del mundo *offline*<sup>22</sup>, como podría ser el transporte o el alojamiento de personas. No obstante, las TICs permiten que ciertas obligaciones se cumplan de manera electrónica, facilitando así la dinámica del contrato. Diferente ocurre con las plataformas financieras o de inversión, en donde la totalidad de las prestaciones se desarrollan cien por cien *online*.

#### IV. Concepto

Comencemos por esbozar un concepto: en este contrato una parte habilita a otra a utilizar un producto digital en internet destinado a compartir información o entablar comunicaciones a cambio o no de un precio en dinero.

Se trata de una figura amplísima que comprende una enorme multiplicidad de plataformas de comunicación, juegos, música, contenidos audiovisuales, redes

---

(19) DE LA MAZA GAZMURI, I. y MOMBERG URIBE, R. "Términos y condiciones: Acerca del supuesto carácter contractual de las autorizaciones para el tratamiento de datos personales en sitios web", *Revista Chilena de Derecho y Tecnología*, vol. 6, núm. 2, 2017, p. 44 [Disponible en: <https://rchdt.uchile.cl/index.php/RCHDT/article/view/46226> Fecha de consulta: 21/5/2020]. "En todo caso, lo esencial del contrato clic es que requiere una acción positiva por parte del usuario, la cual es condición para que se complete la transacción. Esta es la diferencia fundamental con los contratos *browse*, los cuales no requieren manifestación alguna por parte del usuario respecto a los términos que propone el proveedor, que simplemente se encuentran disponibles vía uno o más enlaces, pero sin que el usuario requiera acceder a ellos o realizar alguna acción positiva para completar la transacción y utilizar los servicios".

(20) <https://www.cuidamimascota.com.ar/> Fecha de consulta: 3/6/2020.

(21) <https://homesolution.net/ar/> Fecha de consulta: 3/6/2020.

(22) Según el Dictamen de iniciativa del Comité Económico y Social Europeo sobre "Consumo colaborativo o participativo: un modelo de sostenibilidad para el siglo XXI" del 21 y 22 de enero de 2014 (2014/C 177/01): "El consumo colaborativo o participativo representa una tercera ola de Internet, donde la gente se encuentra en Internet para compartir fuera de Internet".

sociales, gestión de trámites, intercambio de bienes o servicios, entre muchas otras. Sin perjuicio de que cada producto tiene sus propias particularidades, la estructura de la relación entre las partes es la misma. En todos los casos tenemos un sujeto que proporciona un espacio en la red en donde los usuarios pueden acceder para consumir, compartir o intercambiar información o entablar comunicaciones.

Desde nuestra mirada, el uso de la plataforma constituye la base de la relación contractual entre el operador y los usuarios. Luego, según la finalidad de cada una, se añaden cláusulas particulares que le imprimen su propia impronta al contrato.

## V. Caracteres

El contrato de uso de plataforma digital presenta los siguientes caracteres: **a)** bilateral; **b)** oneroso o gratuito -en este aspecto hay de todo: plataformas gratuitas, plataformas de pago, plataformas con tramos *free* y tramos *premium*, etc.-; **c)** conmutativo; **d)** no formal; **e)** atípico, aunque con suficiente tipicidad social; **f)** de tracto continuado; **g)** de plazo indeterminado; **h)** de adhesión a cláusulas predispuestas; **i)** de consumo con relación a los usuarios consumidores; **j)** personal o *intuitu personae* -la cuenta no puede transferirse a otra persona bajo ningún título-.

## VI. Régimen aplicable

En cuanto al régimen jurídico, se aplican: **1º)** las normas de la LDC y las normas indisponibles del CCCN; **2º)** los términos y condiciones de uso; **3º)** los usos y prácticas del lugar de celebración; **4º)** las normas de los contratos típicos afines que son compatibles y se adecuan a su finalidad -al respecto, pensamos que algunas disposiciones del contrato de suministro o de servicios se podrían aplicar como último recurso-. Todo ello de acuerdo a lo dispuesto en los artículos 963, 964 y 970 del CCCN.

## VII. Sujetos

El operador puede ser una persona humana o jurídica con la titularidad sobre el nombre de dominio del sitio web o la licencia necesaria para administrarlo en nombre del titular. Nos parece un recaudo razonable, de acuerdo con el deber de obrar de buena fe (artículos 9, 729 y 961, CCCN), que en los términos y condiciones se indiquen aquellos datos que permitan a los usuarios identificar al operador: nombre, denominación o razón social, domicilio y CUIT/CUIL<sup>23</sup>.

---

(23) En este sentido, la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo del 8 de junio de 2000 relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico) dispone que los Estados miembros garantizarán que el prestador de servicios permita a los destinatarios y a las autoridades competentes acceder con facilidad y de forma directa y permanente como

El usuario también puede ser una persona humana o jurídica, quien al momento de la registración deberá proporcionar con exactitud ciertos datos personales para su identificación, como asimismo completar el procedimiento de comprobación de identidad.

## VIII. Capacidad

Un tema delicado es el de la capacidad de ejercicio de los usuarios, no tanto por su impacto con relación a este contrato -pues no estamos ante un acto de administración ni disposición del patrimonio-, sino por los riesgos que supone para el resto de los usuarios la posibilidad de celebrar un negocio con una persona sin capacidad suficiente. Por lo pronto, el operador debería solicitar datos adicionales para descartar la falta de capacidad por minoría de edad; bastaría con pedir una foto del DNI. Más complicado es el caso de personas con penas privativas de la libertad (artículo 12, CP), restricciones a la capacidad o incapacidad por razones de salud (artículo 32, CCCN) e inhabilitadas por prodigalidad (artículo 48, CCCN) en tanto que esa información no se encuentra totalmente disponible ni digitalizada. Por fin, el operador no podría nunca negar la registración a una persona sin sentencia de incapacidad o restricción en la capacidad desde que se las considera plenamente capaces (artículos 31, inciso a); 23; 24, inciso c), CCCN); entraríamos allí en un terreno pantanoso, como es el de los actos discriminatorios o vejatorios de la dignidad humana (artículo 42, CN; artículos 2; 3, incisos b) y f); 9, 1<sup>er</sup> apartado y concordantes, CDPD24; artículos 51, 52, 1097, 1098, CCCN; artículo 8 bis, LDC; artículo 1, ley n<sup>o</sup> 23592).

Por suerte, no existen incapacidades de derecho de los usuarios con relación a este contrato y tampoco se nos ocurrieron ejemplos del todo creíbles sobre contratos celebrados entre usuarios de una plataforma que pudieran resultar nulos por incapacidad de derecho de alguno de los contratantes. Habríamos de pensar, por ejemplo, en el juez de la sucesión que mediante Airbnb reserva un inmueble que compone el acervo sucesorio de una causa en la que interviene. Aun así, serían hipótesis que quedan libradas a la exclusiva responsabilidad de las partes.

---

mínimo a los siguientes datos: **a)** nombre del prestador de servicios; **b)** dirección geográfica donde está establecido el prestador de servicios; **c)** señas que permitan ponerse en contacto rápidamente con el prestador de servicios y establecer una comunicación directa y efectiva con él, incluyendo su dirección de correo electrónico; **d)** si el prestador de servicios está inscrito en un registro mercantil u otro registro público similar, nombre de dicho registro y número de inscripción asignado en él al prestador de servicios, u otros medios equivalentes de identificación en el registro; **e)** si una determinada actividad está sujeta a un régimen de autorización, los datos de la autoridad de supervisión correspondiente; **f)** en lo que se refiere a las profesiones reguladas, los datos del colegio o institución de pertenencia, título profesional y Estado miembro en que se expidió, referencia a las normas profesionales aplicables en el Estado miembro de establecimiento y los medios de acceder a las mismas; **g)** el número de identificación del impuesto al valor añadido (artículo 5, 1<sup>er</sup> apartado).

(24) Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad.

Las cuestiones particulares de la capacidad de los usuarios en redes sociales son sumamente interesantes, pero lo dejamos para otra oportunidad porque se alejan de los límites de este trabajo.

## IX. Formación del consentimiento

Con la registración como usuario se produce la aceptación de la oferta emitida por el operador (artículos 973, 978 y 979, CCCN) y la consiguiente formación del consentimiento contractual (artículo 971, CCCN). En ese procedimiento el usuario adhiere de manera expresa a los términos y condiciones predispuestos por el operador. El perfeccionamiento del contrato ocurre, entonces, cuando la solicitud de registración ingresa al sistema de información de la plataforma (artículos 980, inciso b) y 983, CCCN). El propio sistema suele confirmar la registración del usuario enviándole un correo electrónico, pero ello se torna obligatorio con relación a los consumidores (artículo 1108, segunda parte, CCCN); la ausencia de notificación confirmando la recepción de la aceptación impide, en nuestra opinión, el perfeccionamiento del contrato.

Un supuesto de ausencia de consentimiento es el del *phishing*, esto es, cuando se emplean maliciosamente las TICs con el objeto de sustituir o apoderarse de la identidad digital de una persona sin su debido consentimiento. El contrato que se celebra bajo tal circunstancia es doblemente nulo, a saber: por no existir manifestación de la voluntad del usuario (artículos 262, 263, 264, 957, 971, 978 y 979, CCCN) y por incurrir el operador en una manifestación de la voluntad viciada de dolo como consecuencia del accionar de un tercero (artículos 271, 272 y 274, CCCN).

En los casos de sustitución de identidad, tanto el operador como el usuario tienen acción de responsabilidad contra el autor del dolo (artículo 275, primera parte, CCCN). Con todo, también el operador puede ser responsable por el daño ocasionado al usuario si no adoptó medidas de seguridad informática aconsejables o no consideró oportunamente la denuncia de suplantación de identidad formulada por el usuario (artículo 1724, segunda y tercera parte, CCCN); ni qué hablar si actuó en connivencia con el *phisher* o deliberadamente hizo caso cuando tomó conocimiento del hecho ilícito (artículos 275, segunda parte; 1724, última parte, CCCN). Obviamente que la consideración de la responsabilidad del operador requiere de un análisis de todas sus variables: podría ocurrir que el daño padecido por el usuario sea una consecuencia totalmente alejada del hecho dañoso, que el daño reclamado no sea resarcible, que el usuario hubiera incidido en la producción del daño, entre otras.

## X. Términos y condiciones

Un componente importantísimo de la formación del consentimiento es que el contrato de uso de plataforma digital se celebra por adhesión a cláusulas predispuestas. Es más, pensamos que no podría ser de otra manera teniendo en cuenta la

dinámica de las operaciones en internet, así como el alcance masivo de esta clase de productos digitales. El operador administra un espacio de interacción entre los usuarios debiendo fijar las pautas para que ello suceda de manera segura, ordenada, eficiente, expedita, etc. Por lo tanto, los términos y condiciones de uso de la plataforma deberán respetar una serie de recaudos previstos tanto por el CCCN como la LDC si pretenden surtir plenos efectos jurídicos.

Por un lado, tenemos ciertas exigencias de carácter general en torno al contrato de adhesión pre-redactado por el operador:

- a) en el sitio web siempre debe estar disponible una versión actualizada con indicación de la fecha de su última modificación<sup>25</sup>;
- b) las cláusulas deben ser comprensibles -pues no lo son aquellas que emplean lenguaje técnico o excesivamente rebuscado- (artículo 985, 1º párrafo, CCCN)<sup>26</sup>;
- c) las cláusulas deben ser autosuficientes -esto es: el usuario debe poder captar el alcance de la disposición sin necesidad de linkear en otros enlaces- (artículo 985, 1º párrafo, CCCN);
- d) la redacción debe ser clara, completa y fácilmente legible -ello comprende una apropiada organización de la información, lenguaje liso y llano, sencillez conceptual, omitir estipulaciones irrelevantes, no presuponer nunca el conocimiento del usuario, emplear tamaños de fuente razonables en colores más bien oscuros sobre fondos claros, etc.- (artículo 985, 2º párrafo, CCCN);
- e) son nulas las cláusulas que contienen *links* no disponibles al momento de la registración o inmediatamente antes (artículo 985, 3º párrafo, CCCN);
- f) las cláusulas que den lugar a más de una interpretación deben entenderse en sentido contrario al operador (artículo 987, CCCN);
- g) son nulas las cláusulas que desnaturalizan las obligaciones del operador -como ser, por ejemplo, el operador que no garantiza el buen funcionamiento de la plataforma- (artículo 988, inciso a), CCCN);
- h) son nulas las cláusulas sorpresivas, es decir, aquellas que por su contenido, redacción o presentación no son razonablemente previsibles para el usuario -un ejemplo puede ser la estipulación que impide cancelar la registración a la plataforma por un cierto tiempo- (artículo 988, inciso c), CCCN).

---

(25) DE LA MAZA GAZMURI, I. - MOMBERG URIBE, R. "Términos y condiciones...", ob. cit., p. 46. "El primero de los requisitos es que la persona a quien se le atribuye la aceptación haya tenido la posibilidad de acceder al contenido del documento que se quiere hacer valer como contrato".

(26) IBIDEM, pp. 49 y 50. "(...) (E)l deber de transparencia implica más que la mera disponibilidad de la información, pues es esencial que el destinatario conozca dicha información y pueda entenderla, de manera de prever los efectos del contrato y por tanto decidir si acepta o no los términos que se le proponen".

Por otro lado, tenemos normas que establecen un plus de protección para los usuarios que adquieren o utilizan los bienes o servicios ofrecidos en la plataforma:

- a) son nulas las cláusulas que tienen por objeto o por efecto provocar un desequilibrio significativo entre los derechos y obligaciones de las partes, en perjuicio del consumidor -así ocurre cuando el operador sólo asume obligaciones de medios, mientras que los usuarios se encuentran obligados a cumplir incontables objetivos- (artículo 1119, CCCN);
- b) son nulas las cláusulas que limitan la responsabilidad por daños del operador -es común que el operador pretenda eximirse de toda responsabilidad por los daños que sufran los usuarios en sus dispositivos a causa de vulnerabilidades en la seguridad de la plataforma- (artículo 37, inciso a), LDC);
- c) son nulas las cláusulas que establecen una inversión de la carga probatoria en perjuicio del consumidor (artículo 37, inciso c), LDC).

Como se trata de un contrato totalmente atípico, no puede haber cláusulas nulas por importar una renuncia o restricción a los derechos del usuario o ampliación de los derechos del operador resultante de normas supletorias (artículo 988, inciso b), CCCN; artículo 37, inciso b), LDC). No está de más recordar que la batería de normas protectorias del consumidor escapa a toda estipulación en contrario que se pudiera incorporar en los términos y condiciones (artículo 65, LDC; artículos 12 y 962, CCCN).

En cuanto a la modificación de los términos y condiciones, el operador comúnmente se autodetermina la facultad de introducir cambios, sin necesidad de obtener el previo consentimiento de los usuarios. Estamos ante una cláusula cien por cien abusiva en razón que los derechos y las obligaciones de las partes quedan a merced de la voluntad del predisponente; la estipulación comentada exorbita ni más ni menos que los límites de la autonomía de la voluntad (artículo 959, CCCN)<sup>27</sup>. Tampoco es serio considerar que la mera utilización de la plataforma implica una aceptación tácita de los cambios introducidos, puesto que el usuario quizás ni siquiera los conozca. En efecto: es esencial que el operador informe con precisión cuáles han sido las modificaciones incorporadas y, mejor aún, si solicita la expresa aceptación del usuario.

Una particularidad a tener en cuenta es que el operador también predispone las cláusulas aplicables al contrato entre los usuarios. Ello es así por cuanto el éxito de la plataforma estriba en que todas las operaciones se celebren bajo el mismo formato. Claro que no todas las plataformas restringen con la misma intensidad la libertad contractual de los usuarios; así, por ejemplo, mientras que el anfitrión de

---

(27) Véase DE LA MAZA, I. - CRUZ, S. "Contratos por adhesión en plataformas electrónicas", *Revista de Derecho Informático*, núm. 59, 2003, pp. 41-44 [Disponible en: <http://bit.ly/2zGUIJ3> Fecha de consulta: 25/5/2020].

Airbnb puede establecer sin cortapisas el precio del alojamiento, el conductor de Cabify sólo tiene la posibilidad de aceptar el viaje en el precio previamente calculado por el *software* del operador. En suma, los términos y condiciones no solamente contienen las cláusulas atinentes al contrato de uso de la plataforma, sino también las estipulaciones inherentes al contrato de transporte, hospedaje o compraventa en los cuales no resulta parte el operador.

De la situación que comentamos se deriva una consecuencia no menor: entre los usuarios no existe contrato de adhesión a cláusulas predispuestas en la medida que ambas partes adhieren a las estipulaciones redactadas por un tercero (artículo 984, CCCN). Si bien el operador debería mantener un adecuado equilibrio contractual entre ambas partes -pues el éxito del modelo de negocio depende, en buena proporción, de que tal interacción ocurra en términos ecuanimes-, nada impide que ciertas cláusulas puedan considerarse abusivas. En este caso operan las nulidades propias del régimen de defensa del consumidor (artículo 37, LDC).

## XI. Objeto

Es nulo el contrato si la plataforma tiene como objeto información o comunicaciones contrarias a la moral, al orden público, a la dignidad de la persona humana, que lesionan derechos ajenos o especialmente prohibidos (artículo 1004, CCCN). Sin ir más lejos, Cabify tiene objeto ilícito en muchísimas ciudades por contradecir las normas de derecho administrativo relativas los servicios públicos de transporte de pasajeros. Ejemplo clásico de nulidad por inmoralidad en el objeto ha sido la prostitución, más en la actualidad nos parece cuanto menos discutible que una plataforma orientada a los servicios sexuales reciba esa calificación; a la postre, las trabajadoras y los trabajadores sexuales continúan luchando por el reconocimiento de su actividad e impedirles contactar clientes por este medio implicaría hundirlos aún más en la marginalidad.

Más difícil es pensar en plataformas con objeto prohibido por ser de imposible cumplimiento (artículo 1004, CCCN). Cualquier modelo de negocio necesita para tener éxito ofrecer un producto o servicio concreto que resulte particularmente útil a los clientes. Pero, si a alguien se le ocurre crear un *Marketplace* de hechos imposibles, tiene que saber que el contrato con los usuarios será nulo por ser de objeto prohibido.

Existen plataformas que facilitan otro tipo de vinculaciones, es decir, no relacionadas con el intercambio de bienes o servicios. Nos referimos, por ejemplo, a los sitios webs que permite encontrarse a personas que se están buscando por razones de parentesco o algún otro interés extrapatrimonial. En estos supuestos se mantiene la patrimonialidad en el objeto porque la plataforma no deja de ser un producto digital susceptible de valoración económica (artículo 1003, CCCN).

## XII. Causa

Es nulo el contrato si la plataforma tiene un fin inmediato contrario a la moral, el orden público o las buenas costumbres (artículo 281, primera parte y 1014, inciso a), CCCN). Cabe recordar, en este sentido, que las primeras plataformas P2P nacieron con el propósito de intercambiar obras intelectuales sin el debido consentimiento de sus titulares. En la misma situación se encuentran los sitios web que utilizan una causa lícita -como ser el intercambio de repuestos automotores, para disimular una actividad con fines contrarios a derecho, la compraventa de repuestos y autopartes robados (artículo 282, segunda parte y 1014, inciso b), CCCN). Y también es nulo el contrato si el operador obra con un motivo ilícito o inmoral, como es la recopilación de datos sensibles o imágenes privadas de los usuarios sin su expreso consentimiento (artículo 1014, inciso b), segunda parte, CCCN).

## XIII. Prueba

Estamos en presencia de un contrato no formal (artículos 969 y 1015, CCCN), pero que se instrumenta en un documento particular con firma electrónica (artículos 286-288, CCCN; artículo 5, ley nº 25506), razón por la cual no puede probarse exclusivamente por testigos (artículo 1019, 2º párrafo, CCCN). De todas maneras, durante el transcurso del contrato se produce la suficiente prueba documental-instrumental como para acreditar su existencia; así, por ejemplo, los correos electrónicos remitidos por el operador confirmando la creación de la cuenta, o indicando los pasos a seguir para reestablecer la contraseña, o confirmando la concreción de una operación, etc.

Como la autenticación que realiza el usuario al registrarse en la plataforma es una firma electrónica<sup>28</sup>, el operador tendrá que acreditar su validez si el usuario no la reconoce (artículo 5, segunda parte, ley nº 25506). Y siendo los términos y condiciones un instrumento particular no firmado -recordemos que la firma electrónica no es suficiente para atribuir al documento el carácter de instrumento privado (artículo 288, 2º párrafo, CCCN)<sup>29</sup>-, el juez deberá apreciar su valor probatorio considerando

---

(28) GUINI, L. "Nuevas formas de identificación y autenticación en la nueva economía creada por Internet", *Revista Derecho y Nuevas Tecnologías*, núm. 2, 2020, pp. 99 y 100 [Disponible en: [https://www.udesa.edu.ar/sites/default/files/revista\\_rdynt\\_nro.\\_2.\\_web.pdf](https://www.udesa.edu.ar/sites/default/files/revista_rdynt_nro._2._web.pdf) Fecha de consulta: 21/5/2020]. "La ley argentina reconoce la validez jurídica tanto de la firma electrónica como de la firma digital. Entendiéndose que la firma electrónica es todo aquel mecanismo de autenticación que no cumple con el 100% de los requerimientos de la ley para la firma digital. En este sentido pueden ser consideradas firmas electrónicas tanto las claves compartidas (criptografía simétrica), tecnología de clave pública cuyos certificados no fueron emitidos por un certificador licenciado, o bien cualquier mecanismo de autenticación que no cumpla con los requisitos de la ley de firma digital, por ejemplo el PIN personal, el nombre escrito al final de un correo electrónico, una palabra clave utilizada para acceder a la banca electrónica, una pregunta y respuesta para autenticarse, pulsar el botón «aceptar» en una aplicación web".

(29) Conf. ABDELNABE VILA, M. "Naturaleza jurídica de la firma digitalizada", en AAVV, *#LegalTech. El Derecho ante la Tecnología*, La Ley, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2018, p. 5.

especialmente “la confiabilidad de los soportes utilizados y de los procedimientos técnicos que se apliquen” (artículo 319, CCCN).

#### XIV. Obligaciones de las partes

##### *Son obligaciones del operador:*

a) *Permitir el acceso a la plataforma.* Finalizado el proceso de registración, el operador debe permitir al usuario el ingreso a la plataforma con su nombre de usuario y contraseña durante las 24 hs. Ello comprende la posibilidad de reestablecer la contraseña cuando el usuario no la recuerda o el sistema bloquea el acceso por razones de seguridad. Lógicamente que el operador puede suspender temporalmente el acceso a la plataforma para realizar tareas de mantenimiento. Por otra parte, el usuario es quien tiene que proveerse de la conexión a internet necesaria para utilizar la plataforma *online*.

b) *Permitir el uso de las diferentes funcionalidades de la plataforma.* No basta con ingresar a la plataforma sino poder hacer uso de ella: publicar ofertas, entablar comunicaciones, subir imágenes, solicitar una cotización, anunciar, comentar, calificar un bien o servicio, etc. Ahora bien, no todos los usuarios tienen habilitación para usar las mismas funcionalidades; ello dependerá de la clase de usuario, el tipo de suscripción o ciertas condiciones particulares. Las diferentes funciones de la plataforma pueden, asimismo, estar sujetas a suspensiones temporarias por cuestiones técnicas.

c) *Mantener ordenado el intercambio de información o comunicaciones entre los usuarios.* Dijimos que el operador administra un espacio cibernético de interacción entre los usuarios, establece unilateralmente las reglas de participación y también cumple un rol de moderador. En este sentido, el operador se reserva la facultad de aplicar sanciones a los usuarios que infrinjan aquellas pautas con la finalidad de mantener el orden en la comunicación y, al mismo tiempo, asegurar una leal competencia entre los oferentes que concurren en la plataforma.

d) *Mantener en reserva ciertos datos suministrados por los usuarios.* El operador les pide a los usuarios ciertos datos personales para poder identificarlos, constatar su identidad, establecer canales de comunicación, ubicarlos geográficamente o conocer su perfil profesional. Gran parte de esa información tiene por destino, más tarde o más temprano, hacerse pública en la plataforma para que el resto de los usuarios acceda a ella. Al contrario, el operador asume un deber de confidencialidad con relación a otros datos suministrados por los usuarios al momento de la registración o durante su actividad como usuario; ejemplo de ello son el número y código de seguridad de la tarjeta de crédito o débito, el número de cuentas bancarias, etc.

No hace falta el consentimiento del usuario para la publicación de su nombre, domicilio, DNI, CUIT/CUIL, fecha de nacimiento o domicilio en la plataforma

(artículo 5, 2<sup>do</sup> apartado, inciso c), ley n° 25326), pero sí para el resto de la información. Dicho consentimiento debe ser previo, expreso, por escrito -en este caso será en soporte electrónico- e informado (artículo 5, 1er apartado, ley n° 25326). En los términos y condiciones o en las políticas de privacidad debe indicarse la finalidad de la información solicitada, su carácter obligatorio u opcional y las consecuencias de consignar datos inexactos o negarse a proporcionarlos (artículo 6, ley n° 25326).

Si el operador lleva adelante un verdadero tratamiento de datos personales (artículo 2, ley n° 25326), en ese supuesto deberá ajustarse por completo al régimen legal sobre protección de datos personales<sup>30</sup>.

**e) No difundir los datos suministrados por los usuarios más allá de los límites de la plataforma.** Toda la información que el usuario suba o comparta en la plataforma no puede ser empleada con una finalidad extraña a su propio funcionamiento. Si bien los usuarios están dispuestos a brindar muchísima información a la hora de utilizar una plataforma colaborativa, siempre ha de interpretarse que lo hacen en ese contexto y para tal fin. De ahí que resultan absolutamente cuestionables las cláusulas en donde el usuario manifiesta su consentimiento para que el operador haga lo que él mismo dice que puede hacer con los datos personales.

**f) Informar todo evento o circunstancia relacionada al funcionamiento de la plataforma.** El operador tiene la obligación de dar aviso a los usuarios sobre cualquier situación que importe un cambio o novedad en la plataforma -por ejemplo, la introducción de modificaciones en los términos y condiciones-, como asimismo ciertos acontecimientos ocurridos dentro de ese espacio que son de interés para el usuario. Tal información podrá comunicarse por diferentes medios -anuncios en el sitio web, notificaciones privadas dentro de la misma plataforma o por correo electrónico- dependiendo la importancia del evento.

Son obligaciones de los usuarios:

**a) Usar la plataforma conforme a su destino.** Por lo pronto, no es tan sencillo utilizar una plataforma con una finalidad diferente a la concebida por el operador puesto que las funciones se encuentran limitadas. Lo más común es que algunos usuarios intenten captar clientela por este medio para luego concretar el negocio por fuera de la plataforma, eludiendo así el pago de comisiones. De todos modos, los operadores poseen numerosas herramientas para evitar o detectar dicha clase de conductas: el sistema de calificación, los comentarios de clientes, el registro de actividad del usuario, entre otras. No incluimos el uso de la plataforma como instrumento para cometer actos ilícitos dado que ello se concreta normalmente desde cuentas falsas.

**b) Mantener en reserva la clave de acceso.** El usuario tiene que mantener en secreto su contraseña porque todos los actos que se ejecuten desde su cuenta resultan, como

---

(30) Conf. MENDIBERRI, L. S. "Derecho de supresión...", ob. cit., p. 198.

regla, imputables al titular. Se deben adoptar todos los recaudos tendientes a evitar que la clave de acceso entre en la esfera de conocimiento de terceros.

c) *Mantener actualizados los datos personales.* El usuario no sólo debe consignar con precisión los datos personales al momento de la registración, sino también debe rectificarlos cuando se produzcan modificaciones. Es importante que tanto el operador como el resto de los usuarios puedan tener acceso a los datos personales actualizados.

d) *Intercambiar o compartir información de acuerdo a las pautas estipuladas por el operador.* Podríamos resumir el contenido de la presente obligación con estos términos: todo lo que usuario haga dentro de la plataforma debe ajustarse a las estipulaciones predeterminadas por el operador. En los términos y condiciones se establecen pautas precisas para publicar ofertas, subir imágenes de productos, indicar el precio, comentar publicaciones, hacer preguntas, cancelar una compra, devolver un producto, etc. Obviamente que el usuario nunca estará obligado a cumplir con requerimientos ilícitos, inmorales, contrarios al orden público, irrazonables, abusivos o arbitrarios (artículos 9-12, 275, 725, 729, 958, 961, 988, 1003 y 1004, CCCN; artículo 37, LDC).

e) *Dar aviso de ciertos eventos o circunstancias.* El usuario debe comunicarle inmediatamente al operador, por los canales indicados, la producción de algunos hechos como el ingreso o actividad no autorizada en su cuenta de usuario. De esa forma se pueden tomar las medidas de seguridad pertinentes para evitar que se ocasionen perjuicios a otros usuarios. Sin perjuicio de ello, la generalidad de las plataformas contiene la posibilidad de formular denuncias de publicaciones, perfiles, páginas, etc.

f) *Abonar al operador la retribución convenida.* Cuando la plataforma es de pago o tiene versiones con funcionalidades *premium*, el usuario deberá abonar el precio estipulado por medios electrónicos -lo más común es mediante tarjeta de crédito-. Diferente es el abono de comisiones, anuncios publicitarios u otras retribuciones que no se originan por el mero uso de la plataforma digital; según el modelo de negocio, puede haber pactos o contratos conexos que determinan el nacimiento de retribuciones en beneficio del operador<sup>31</sup>.

## XV. Extinción

Como en todo lo demás, también en la extinción del contrato se presentan particularidades que nos alejan de la dinámica habitual. Mientras que la conclusión de un contrato de duración es seguramente el momento más importante luego del perfeccionamiento, aquí puede terminarse una relación de ocho o diez años con un par de *clicks* o toques de pantalla sin consecuencias económicas para las partes.

---

(31) Conf. FERNÁNDEZ PÉREZ, N. "Problemática jurídica derivada de la economía compartida", *Economía Industrial*, núm. 402, 2016, p. 38 [Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5924493> Fecha de consulta: 22/5/2020].

Otra nota característica radica en que el uso de una plataforma digital puede ser tan perdurable como efímero; hay usuarios que desarrollan una carrera profesional, comercial o artística dentro de ellas, al mismo tiempo que otros permanecen apenas un par de horas. En suma: quizá por la masividad de los mercados o por el propio entorno web en donde tiene sede, podemos constatar una suerte de flexibilización del vínculo contractual.

El usuario puede cancelar su registración en cualquier momento, completando el procedimiento que establece la misma plataforma a tales fines. Se trata, técnicamente, de una rescisión unilateral sin causa o *ad nutum* en un contrato de plazo indeterminado. La comunicación de la voluntad extintiva, en tanto requisito esencial para ejercer este derecho (artículo 1078, inciso a), CCCN), se produce de modo automático cuando se completan todos los pasos para cancelar la cuenta de usuario.

No es necesario que el usuario preavise la decisión de rescindir unilateralmente, a pesar de ser un requerimiento para otros contratos sin plazo (artículos 1183; 1279; 1331; 1432, inciso b); 1492; 1508, inciso a); 1522, inciso d), CCCN). Las plataformas digitales apuntan a un mercado de masas, de modo que la cancelación de una cuenta en nada modifica la ecuación económica del operador. Por esa razón el operador no lo requiere ni contempla mecanismos para comunicar anticipadamente la voluntad de cancelar la cuenta.

Pero las cosas cambian cuando es el operador quien pretende cancelar la registración sin causa. Para el usuario, imposibilidad de operar a través de una plataforma puede significar la pérdida de una fuente de trabajo o de un canal de comercialización de bienes o servicios. De allí que resulta imprescindible comunicar con razonable anticipación la decisión de rescindir unilateralmente el contrato; aquí no existe, como en el caso anterior, una razón que justifique apartarse del deber de preavisar la voluntad rescisoria en los contratos a plazo indeterminado. Durante el lapso de preaviso, el usuario tiene la posibilidad de reacomodar sus canales de ventas o buscar otras opciones para ofrecer sus servicios. En consecuencia, entendemos que es nula la cláusula por la cual el operador se autodetermina el derecho de cancelar una cuenta sin siquiera la necesidad de comunicarlo (artículo 988, CCCN).

Lo normal es que el operador cancele una cuenta de usuario al detectar incumplimientos graves o reiterados de los términos y condiciones. La eliminación de los usuarios infractores es fundamental para garantizar la confiabilidad, seguridad y eficiencia de la plataforma. En tales supuestos, la extinción del contrato debe articularse como resolución por incumplimiento estipulada en pacto comisorio expreso (artículo 1086, CCCN). Un asunto a considerar es que la comunicación de la voluntad de resolver se produce por correo electrónico o a través de la misma plataforma, que no son formas fehacientes de acuerdo a la interpretación corriente. Por lo tanto, a los efectos de tener por satisfecho el recaudo de comunicación fehaciente para la resolución por incumplimiento, nos parece que debería amoldarse la interpretación de dicha exigencia al entorno digital en donde se desarrolla el contrato que nos ocupa.

En fin, la extinción por vía natural de cumplimiento, vencimiento del plazo o agotamiento del objeto sólo es posible en las plataformas creadas para un evento o propósito específico. La gran mayoría de las plataformas proponen un modelo de negocio estable y duradero en el tiempo.

## XVI. Contratos con elementos de extranjería

Como sabemos, el ciberespacio es un ámbito especialmente propicio para las relaciones jurídicas con elementos de extranjería. Los límites territoriales pierden entidad, así como la soberanía de los estados en cuanto a la aplicación de sus leyes. Ello trae múltiples desafíos desde la perspectiva del derecho internacional privado en nuestro caso particular, teniendo en cuenta que las plataformas digitales tienen sede en internet.

No es posible abordar aquí todas las situaciones que se presentan en las plataformas digitales porque excederíamos los límites de nuestro análisis, más sí podemos apuntar algunas pautas orientativas de carácter general:

*Primero*, no surten efectos con relación a los usuarios consumidores las cláusulas de elección de derecho aplicable insertas en los términos y condiciones (artículo 2652, último párrafo, CCCN). Se aplica el derecho argentino cuando el usuario consumidor tiene domicilio o residencia habitual en la república, el operador publicitó la plataforma en territorio nacional -por ejemplo, mediante promociones en redes sociales direccionadas a personas ubicadas en Argentina- y la registración sucede desde un dispositivo localizado en el mismo lugar (artículo 2655, inciso a), CCCN). Independientemente de lo anterior, lo mismo se aplicaría el derecho argentino si el usuario consumidor con domicilio o residencia habitual en la república puede acceder a la plataforma desde el territorio nacional (artículo 2655, último párrafo, primera parte, CCCN).

*Segundo*, si bien en principio serían eficaces las cláusulas de derecho aplicable insertas en los términos y condiciones con relación a los usuarios oferentes de bienes o servicios (artículo 2651, CCCN), ello se torna discutible cuando el operador predispone un derecho totalmente ajeno a la relación jurídica o que deja sin protección al usuario ante cláusulas o prácticas abusivas (artículos 2598 y 2599, CCCN). No debe perderse de vista que el ejercicio de la autonomía de la voluntad se encuentra totalmente disminuido en los contratos celebrados mediante adhesión a cláusulas predispuestas, tal como ocurre con el uso de plataformas digitales.

*Tercero*, son ineficaces las cláusulas de elección de foro insertas en los términos y condiciones con relación a los usuarios consumidores (artículo 2654, último párrafo, CCCN). Ellos cuentan con un amplio abanico jurisdiccional a su elección (artículo 2654, 1º y 2º párrafo, CCCN) y, además, solamente pueden ser demandados ante los jueces de su domicilio (artículo 2654, 3º párrafo, CCCN).

*Cuarto*, si bien en principio serían eficaces las cláusulas de elección de foro insertas en los términos y condiciones con relación a los usuarios oferentes de bienes o servicios (artículos 2601; 2605; 2607; 2650, primera parte, CCCN), ello se torna discutible cuando el operador predispone un foro totalmente ajeno a la relación jurídica o que deja al usuario sin posibilidades de acceso a la jurisdicción. Cabe reiterar que el ejercicio de la autonomía de la voluntad se encuentra francamente disminuido en los contratos celebrados mediante adhesión a cláusulas predispuestas, tal como ocurre con el uso de plataformas digitales. Los usuarios oferentes de bienes o servicios podrían demandar a un operador extranjero ante los jueces argentinos si el acceso a la plataforma era posible desde territorio nacional (artículos 2602 y 2650, inciso b), CCCN).

## **XVII. Conclusión**

En el recorrido de estas páginas hemos procurado estructurar la disciplina jurídica de un contrato atípico con innumerables aplicaciones en la actualidad. A continuación, resumimos las principales conclusiones a las que hemos llegado:

1. El operador de la plataforma califica como proveedor en los términos del estatuto del consumidor. El usuario que adquiere o utiliza los bienes o servicios ofrecidos encuadra como consumidor. El usuario que ofrece bienes o servicios a través de la plataforma puede o no ser proveedor.
2. En el contrato de uso de plataforma digital una parte habilita a otra a utilizar un producto digital en internet destinado a compartir información o entablar comunicaciones a cambio o no de un precio en dinero. Este contrato rige la relación entre los usuarios y el operador de la plataforma.
3. La formación del consentimiento se produce cuando la solicitud de registración ingresa en el sistema operativo de la plataforma. La oferta se encuentra publicada en el sitio web de manera permanente y el usuario la acepta en el momento que se registra. La ausencia de notificación confirmando la recepción de la aceptación obsta el perfeccionamiento del contrato con respecto a los usuarios consumidores.
4. Es un contrato de adhesión a cláusulas predispuestas por el operador, por lo tanto, se aplican las disposiciones protectorias de la parte adherente del CCCN (artículos 984-989), más las especiales referidas a los usuarios consumidores (artículos 1117-1122, CCCN; artículo 37 y 38, LDC).
5. El operador debe informar adecuadamente los cambios introducidos en los términos y condiciones a fin de que los usuarios disconformes puedan cancelar su registración. Es abusiva la cláusula por la cual el operador se autodetermina la facultad de modificar los términos del contrato sin siquiera la necesidad de comunicarlo a los usuarios.

6. El usuario puede cancelar su registraci3n en cualquier momento sin necesidad de preavisar su decisi3n.
7. El operador no puede cancelar unilateralmente una cuenta de usuario sin comunicarlo con razonable anticipaci3n. Es nula la cl1usula por la cual el operador se autodetermina el derecho de cancelar una cuenta sin previo aviso.
8. Las cancelaciones por infracciones a los t3rminos y condiciones deben articularse por v1a de resoluci3n por incumplimiento.

Seguramente queden en el tintero aspectos a desarrollar con m1s profundidad o detalles por pulir, pero creemos que este an1lisis puede constituir un buen aporte como punto de partida sobre el tema.

## XVIII. Bibliograf1a

ABDELNABE VILA, M. "Naturaleza jur1dica de la firma digitalizada", en AA.VV. #*LegalTech. El Derecho ante la Tecnolog1a*, La Ley, Ciudad Aut3noma de Buenos Aires, 2018.

CHOMCZYK, A. "Reflexiones sobre el incipiente marco legal de la industria fintech en Argentina", *Revista Derecho y Nuevas Tecnolog1as*, n1m. 1, 2017, pp. 51-74 [Disponible en: <https://udesa.edu.ar/sites/default/files/revistardyntnro1.pdf> Fecha de consulta: 21/5/2020].

CHRISTOPHERSEN, R. "De 'Claps' a 'Kosten': una correcta evoluci3n sobre la responsabilidad de las plataformas de comercio electr3nico", *Revista Derecho y Nuevas Tecnolog1as*, n1m. 2, 2020, pp. 57-65 [Disponible en: [https://www.udesa.edu.ar/sites/default/files/revista\\_rdynt\\_nro.\\_2.\\_web.pdf](https://www.udesa.edu.ar/sites/default/files/revista_rdynt_nro._2._web.pdf) Fecha de consulta: 21/5/2020].

D1AZ-FONCEA, M. - MARCUELLO SERV3S, C. - Monreal Garrido, M. "Econom1a social y econom1a colaborativa: Encaje y potencialidades", *Econom1a Industrial*, n1m. 402, 2016, pp. 27-35 [Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5924492> Fecha de consulta: 22/5/2020].

DE LA MAZA, I. - CRUZ, S. "Contratos por adhesi3n en plataformas electr3nicas", *Revista de Derecho Inform1tico*, n1m. 59, 2003, pp. 1-50 [Disponible en: <http://bit.ly/2zGUIJ3> Fecha de consulta: 25/5/2020].

DE LA MAZA GAZMURI, I. - MOMBERG URIBE, R. "T3rminos y condiciones: Acerca del supuesto car1cter contractual de las autorizaciones para el tratamiento de datos personales en sitios web", *Revista Chilena de Derecho y Tecnolog1a*, vol. 6, n1m. 2, 2017, pp. 25-55 [Disponible en: <https://rchdt.uchile.cl/index.php/RCHDT/article/view/46226> Fecha de consulta: 21/5/2020].

FAR1AS, R. A. "El largo viaje de Uber hacia la legalidad", en AA.VV. #*LegalTech. El Derecho ante la Tecnolog1a*, La Ley, Ciudad Aut3noma de Buenos Aires, 2018, pp. 71-85.

FERN1NDEZ, D. - O'FARRELL, I. "Privacidad en el contexto digital: la geolocalizaci3n de dispositivos m3viles", en AA.VV. #*LegalTech. El Derecho ante la Tecnolog1a*, La Ley, Ciudad Aut3noma de Buenos Aires, 2018, pp. 87-94.

FERNÁNDEZ PÉREZ, N. "Problemática jurídica derivada de la economía compartida", *Economía Industrial*, núm. 402, 2016, pp. 37-46 [Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5924493> Fecha de consulta: 22/5/2020].

FERRER, M. - MAURES, A. "Un futuro para la economía colaborativa y los nuevos modelos de negocio en las plataformas digitales", *Cuadernos Económicos de ICE*, núm. 97, 2019, pp. 155-185 [Disponible en: <http://www.revistasice.com/index.php/CICE/article/view/6801> Fecha de consulta: 21/5/2020].

GAMEN, S. A. "GLOVO Y RAPPI, ¿al margen de la ley?", *Revista Derecho del Trabajo*, La Ley, núm. 7, 2019, pp. 1729-1733.

GAUTHIER, G. "Nuevos desafíos para el Derecho del Trabajo: el caso Uber", *Revista Derecho del Trabajo*, La Ley, núm. 8, 2017, pp. 1531-1549.

GNECCO, M. P. "Plataformas digitales y trabajo", *Revista Derecho del Trabajo*, La Ley, núm. 12, 2019, pp. 17-31.

GONZÁLEZ, M. D. "Normas internacionales y nacionales frente al efecto disruptivo de las plataformas virtuales", *Revista Derecho Laboral y Seguridad Social*, Abeledo-Perrot, núm. 19 (octubre), 2018, pp. 1845-1849.

GUINI, L. "Nuevas formas de identificación y autenticación en la nueva economía creada por Internet", *Revista Derecho y Nuevas Tecnologías*, núm. 2, 2020, pp. 95-115 [Disponible en: [https://www.udesa.edu.ar/sites/default/files/revista\\_rdynt\\_nro.\\_2.\\_web.pdf](https://www.udesa.edu.ar/sites/default/files/revista_rdynt_nro._2._web.pdf) Fecha de consulta: 21/5/2020].

KULIK, A. E. "Regulación de la industria Fintech. Marco aplicable en la República Argentina", en AA.VV. #LegalTech. *El Derecho ante la Tecnología*, La Ley, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2018, pp. 139-151.

LEVI, D. "Marco legal de las actividades 'fintech' en la Argentina", *Revista Derecho Comercial y de las Obligaciones*, núm. 290, 2018, pp. 593-606.

LIEFELDT, L. M. "Estructuración legal de proyectos de 'billetera digital' y préstamos online", en AA.VV. #LegalTech. *El Derecho ante la Tecnología*, La Ley, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2018, pp. 153-162.

MÁRQUEZ, J. F. - MOISSET DE ESPANÉS, L. "La formación del consentimiento en la contratación electrónica", *Academia Nacional de Derecho y Ciencias Sociales de Córdoba*, [Disponible en: <http://www.acaderc.org.ar/doctrina/articulos/artformacionconsentimiento-contratacionelectro> Fecha de consulta: 22/5/2020].

MENDIBERRI, L. S. "Derecho de supresión y libertad de expresión en el marco de redes sociales", *Revista Derecho y Nuevas Tecnologías*, núm. 2, 2020, pp. 193-214 [Disponible en: [https://www.udesa.edu.ar/sites/default/files/revista\\_rdynt\\_nro.\\_2.\\_web.pdf](https://www.udesa.edu.ar/sites/default/files/revista_rdynt_nro._2._web.pdf) Fecha de consulta: 21/5/2020].

RODRÍGUEZ, A. R. "Trabajo decente: futuro del trabajo en la era de automatización y desarrollo sostenible", *Revista Derecho del Trabajo*, La Ley, núm. 11, pp. 52-60.

RODRÍGUEZ, R. - SVENSSON, G. - PÉREZ, M. "Modelos de negocio en la economía colaborativa: síntesis y sugerencias", *Esic Market Economics and Business Journal*, vol. 48, núm. 2, 2017, pp. 255-274 [Disponible en: [https://www.esic.edu/editorial/editorial\\_revista\\_esic\\_contenidos.php?id=508&lm=e](https://www.esic.edu/editorial/editorial_revista_esic_contenidos.php?id=508&lm=e) Fecha de consulta: 22/5/2020].

TAMBUSSI, C. E. "La relación entre los usuarios de plataformas de venta por Internet y el proveedor del servicio: El caso 'Kosten'", *Revista Derecho Comercial y de las Obligaciones*, núm. 290, 2018, pp. 510-523.