

Clase 6 — Contratos en general y formación del consentimiento digital

Objetivos de aprendizaje

Al finalizar la clase, las y los estudiantes deberían poder:

1. explicar qué es un contrato y cuándo queda jurídicamente celebrado;
2. diferenciar oferta, invitación a ofertar, aceptación, contraoferta y silencio;
3. aplicar los principios de libertad contractual, fuerza obligatoria y buena fe;
4. distinguir contratos negociados de contratos por adhesión;
5. reconocer clickwrap, scrollwrap, sign-in wrap y browwrap;
6. evaluar si una interfaz digital permite prestar un consentimiento real, informado y demostrable;
7. detectar cláusulas ambiguas, sorpresivas o abusivas;
8. identificar reglas específicas de protección del consumidor en contrataciones a distancia;
9. diseñar un flujo de onboarding o checkout jurídicamente más seguro.

Idea central de la clase

Un contrato digital no es válido porque exista un botón que diga “Aceptar”. Es jurídicamente más sólido cuando la persona sabe qué está aceptando, puede acceder a las condiciones, realiza una acción inequívoca y el sistema conserva evidencia confiable de ese proceso.

1. Apertura

Podés comenzar con estas preguntas:

- ¿Cuántos contratos celebraron hoy antes de llegar a clase?
- ¿Usaron una app de transporte, una billetera virtual, una plataforma educativa o una red social?
- ¿Alguna vez leyeron completos los términos y condiciones?
- ¿Hacer clic siempre significa consentir?
- ¿Aceptar una política de privacidad equivale a aceptar un contrato?
- ¿Qué debería guardar un sistema para demostrar que el usuario aceptó?

La respuesta pedagógica es que celebramos contratos digitales de manera cotidiana, aunque muchas veces no los percibamos como contratos.

Ejemplos:

- crear una cuenta en una plataforma;
- contratar almacenamiento en la nube;
- suscribirse a un servicio de streaming;
- comprar una licencia de software;
- adquirir un producto en un marketplace;
- aceptar un plan pago dentro de una aplicación;
- contratar un servicio SaaS;
- descargar software sujeto a una licencia;
- aceptar condiciones para usar una API.

La tecnología cambia el medio, pero no elimina los requisitos jurídicos básicos: partes, capacidad, consentimiento, objeto, causa, forma cuando corresponda, buena fe y respeto por las normas imperativas.

2. Concepto jurídico de contrato

El artículo 957 del Código Civil y Comercial de la Nación define al contrato como el acto jurídico mediante el cual dos o más partes manifiestan su consentimiento para crear, regular, modificar, transferir o extinguir relaciones jurídicas patrimoniales.[\[1\]](#)

Elementos para desarmar la definición

Acto jurídico. Es una conducta humana voluntaria orientada a producir efectos jurídicos.

Dos o más partes. “Parte” no siempre equivale a una sola persona. Una parte puede estar integrada por varias personas o por una sociedad.

Consentimiento. Debe existir coincidencia entre una oferta y una aceptación, o una conducta suficientemente concluyente.

Relación patrimonial. El contrato crea consecuencias económicamente valorables: pagar, entregar, licenciar, desarrollar, mantener, permitir el uso o asumir responsabilidad.

Ejemplo tecnológico

Una empresa contrata a una programadora para desarrollar un sistema de turnos:

- la programadora se obliga a desarrollar y entregar determinadas funcionalidades;
- la empresa se obliga a pagar;
- pueden pactarse fechas, hitos, pruebas, soporte, propiedad del código, confidencialidad y niveles de servicio;
- si una parte incumple, aparecen consecuencias contractuales.

Contrato y documento no son lo mismo

El contrato es el acuerdo jurídico. El documento es el soporte que permite organizarlo y probarlo.

Puede existir contrato:

- en papel firmado;
- mediante firma digital;
- por intercambio de correos;
- por mensajes suficientemente claros;
- mediante aceptación en una plataforma;
- por conductas concluyentes;
- oralmente, salvo que la ley exija una forma determinada.

En entornos tecnológicos, la pregunta clave no es únicamente “¿hay un PDF firmado?”, sino:

¿Puede demostrarse quién aceptó, qué versión aceptó, cuándo lo hizo y bajo qué condiciones?

3. Libertad contractual, efecto vinculante y buena fe

Artículo 958 — Libertad de contratación

Las partes son libres para celebrar contratos y determinar su contenido dentro de los límites impuestos por la ley y el orden público.[\[1\]](#)

La libertad contractual incluye:

- contratar o no contratar;

- elegir a la contraparte;
- determinar el contenido;
- elegir, dentro de los límites legales, la forma y distribución de riesgos.

Pero no es absoluta. No habilita a:

- vulnerar normas imperativas;
- imponer cláusulas abusivas en relaciones de consumo;
- excluir toda responsabilidad por dolo;
- desconocer derechos fundamentales;
- utilizar el contrato para una finalidad ilícita;
- obtener consentimiento mediante engaño o manipulación.

Artículo 959 — Efecto vinculante

Todo contrato válidamente celebrado es obligatorio para las partes. No puede ser modificado o extinguido unilateralmente, salvo acuerdo o autorización legal.[\[1\]](#)

Aplicación tecnológica:

- un proveedor SaaS no debería cambiar retroactivamente precio, alcance o tratamiento de datos sin base contractual suficiente;
- un cliente no puede agregar funcionalidades al proyecto sin reconocer impacto en plazo y precio;
- un desarrollador no puede abandonar mantenimiento comprometido sin analizar las reglas de terminación;
- una plataforma no debe esconder modificaciones relevantes en una actualización silenciosa.

Artículo 961 — Buena fe

Los contratos deben celebrarse, interpretarse y ejecutarse de buena fe. Obligan no solo a lo expresamente escrito, sino también a las consecuencias que razonablemente asumiría una persona cuidadosa y previsora.[\[1\]](#)

Buena fe aplicada a productos digitales

- informar costos totales antes del pago;
- no preseleccionar servicios adicionales;
- no ocultar la cancelación;
- no diseñar botones engañosos;
- advertir renovaciones automáticas;
- comunicar cambios materiales;
- no usar datos para finalidades incompatibles con lo informado;
- permitir conservar una copia de las condiciones aceptadas;
- evitar dark patterns.

Dark pattern: diseño de interfaz que induce, manipula o dificulta una decisión libre. Ejemplos: botón de aceptar muy visible y rechazo oculto; casillas premarcadas; cancelación laberíntica; urgencia falsa; costos que aparecen al final.

4. Formación del consentimiento

Regla general: oferta + aceptación

El artículo 971 establece que el contrato se concluye con la recepción de la aceptación de una oferta o mediante una conducta suficiente para demostrar acuerdo.[\[1\]](#)

Oferta

Una oferta jurídicamente apta debe ser suficientemente precisa y manifestar intención de obligarse en caso de aceptación.

En una plataforma deberían estar claros, según el caso:

- producto o servicio;
- precio final;
- moneda;
- impuestos y cargos;
- duración;
- renovación;
- funcionalidades incluidas;
- restricciones;
- forma de pago;
- plazos;
- política de cancelación;
- términos incorporados.

No toda publicidad constituye una oferta completa. A veces es una invitación para que el usuario formule una propuesta. La clasificación depende del contenido, precisión y contexto.

Aceptación

La aceptación debe coincidir con la oferta. Si agrega modificaciones sustanciales puede funcionar como contraoferta.

Ejemplo:

- proveedor: “Desarrollo el módulo por \$2.000.000, entrega el 30 de noviembre y dos rondas de correcciones”;

- cliente: “Acepto, pero con entrega el 15 de noviembre y cinco rondas”.

No existe aceptación pura: hay una nueva propuesta.

Contratos entre presentes y ausentes

El artículo 980 dispone que entre presentes la aceptación perfecciona el contrato cuando se manifiesta; entre ausentes, cuando la aceptación es recibida por el oferente durante la vigencia de la oferta.[\[1\]](#)

En entornos digitales, lo relevante es determinar:

- cuándo se envió la aceptación;
- cuándo ingresó al sistema del proveedor;
- si la oferta seguía vigente;
- si hubo error técnico;
- si el sistema confirmó la operación;
- si el pago fue autorizado;
- si existía stock;
- qué términos estaban vigentes.

Silencio

Como regla, el silencio no vale como aceptación, salvo que exista deber de expedirse por ley, voluntad de las partes, usos o antecedentes de la relación.

Por eso son riesgosas fórmulas como:

“Si no cancela dentro de 24 horas, se entenderá que acepta todas las nuevas condiciones”.

La validez dependerá del contrato, la relación, la información brindada y las normas imperativas aplicables.

5. Consentimiento digital y diseño de interfaces

Clickwrap

El usuario debe realizar una acción afirmativa, normalmente marcar una casilla o pulsar “Acepto”, vinculada de manera clara con los términos.

Ejemplo adecuado:

- casilla desmarcada por defecto;
- texto: “Leí y acepto los Términos y Condiciones”;
- enlace visible y accesible;
- botón final de creación de cuenta;
- registro de versión, fecha, hora y usuario.

Es, en general, la modalidad más sólida porque produce una manifestación afirmativa.

Scrollwrap

El sistema exige recorrer o desplazarse por el texto antes de habilitar la aceptación.

Puede mejorar la evidencia de exposición, pero no garantiza comprensión real. Hacer scroll mecánicamente no reemplaza claridad, legibilidad ni información destacada.

Sign-in wrap

La interfaz informa que, al registrarse o continuar, el usuario acepta términos enlazados cerca del botón.

Su fortaleza depende de:

- proximidad visual;
- contraste;
- lenguaje inequívoco;
- accesibilidad del enlace;
- ausencia de elementos distractores;
- evidencia de la pantalla mostrada.

Browsewrap

Los términos se publican en algún sector del sitio y se afirma que el mero uso implica aceptación.

Es la modalidad más débil porque puede faltar conocimiento efectivo y conducta inequívoca de aceptación.

Regla práctica

Modalidad	Acción afirmativa	Visibilidad	Riesgo probatorio
Clickwrap	Alta	Alta si está bien diseñado	Bajo/medio
Scrollwrap	Alta	Alta	Bajo/medio
Sign-in wrap	Media	Variable	Medio
Browsewrap	Baja	Frecuentemente baja	Alto

El nombre técnico de la interfaz no decide por sí solo la validez. Deben analizarse el aviso real, la conducta del usuario, la claridad, la accesibilidad, el contexto, la prueba conservada y las normas de consumo.

6. Contratos por adhesión

El artículo 984 define el contrato por adhesión como aquel en el que una parte adhiere a cláusulas generales redactadas unilateralmente por la otra o por un tercero, sin haber participado en su redacción.[\[1\]](#)

Ejemplos tecnológicos:

- términos de una red social;
- licencia estándar de software;
- contrato de nube;
- cuenta de una fintech;
- suscripción de streaming;
- plataforma de e-commerce;
- servicio de hosting.

Requisitos de las cláusulas predispuestas

El artículo 985 exige cláusulas comprensibles, autosuficientes, claras, completas y fácilmente legibles.[\[1\]](#)

Esto exige evitar:

- texto ilegible;

- remisiones indefinidas;
- enlaces rotos;
- conceptos técnicos sin explicación;
- contradicciones entre pantalla, publicidad y condiciones;
- cláusulas escondidas;
- versiones no identificadas.

Interpretación contra el predisponente

Las cláusulas ambiguas se interpretan contra quien las redactó, conforme al artículo 987.[\[1\]](#)

Cláusulas abusivas

El artículo 988 dispone que se tienen por no escritas las cláusulas que desnaturalizan obligaciones, importan renunciaciones o restricciones de derechos del adherente o no resultan razonablemente previsibles.[\[1\]](#)

Ejemplos que deben generar alerta:

- “La plataforma nunca responde, bajo ninguna circunstancia”.
- “El proveedor puede cambiar el precio retroactivamente”.
- “El usuario renuncia a todo reclamo”.
- “La empresa puede borrar datos sin aviso y sin respaldo”.
- “El proveedor puede compartir cualquier dato con cualquier tercero para cualquier finalidad”.
- “Toda controversia debe tramitar en una jurisdicción lejana, aunque el usuario sea consumidor”.
- “Solo el proveedor decide si cumplió”.

La aprobación administrativa de cláusulas no impide su control judicial, conforme al artículo 989.[\[1\]](#)

7. Contratos de consumo celebrados por medios electrónicos

Existe relación de consumo cuando un proveedor se vincula con una persona humana o jurídica que adquiere o utiliza bienes o servicios como destinataria final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social.[\[1\]](#)

En caso de duda interpretativa, prevalece la solución más favorable al consumidor; las dudas sobre sus obligaciones se resuelven del modo menos gravoso.[\[1\]](#)

Contrato a distancia

El artículo 1105 comprende contratos celebrados entre proveedor y consumidor mediante uso exclusivo de medios de comunicación a distancia, sin presencia física simultánea.[\[1\]](#)

Soporte electrónico

El artículo 1106 reconoce que el requisito de escritura puede satisfacerse mediante soporte electrónico u otra tecnología similar en contratos de consumo.[\[1\]](#)

Información reforzada

El proveedor debe informar lo necesario para usar correctamente el medio, comprender riesgos de la contratación y saber quién los asume. La Ley 24.240 también impone información cierta, clara y detallada.

En un checkout, esto exige mostrar antes de confirmar:

- identidad del proveedor;

- características esenciales;
- precio total;
- impuestos, comisiones y envío;
- medios de pago;
- plazo y modalidad de entrega;
- duración y renovación;
- condiciones de baja;
- garantías;
- canales de reclamo;
- política de privacidad cuando corresponda;
- derecho de revocación.

Derecho de revocación

En contratos a distancia, el consumidor posee un derecho irrenunciable de revocar la aceptación dentro del plazo legal. El Código regula la revocación en los artículos 1110 a 1116.[\[1\]](#)

La guía oficial argentina explica que las páginas que venden productos o servicios deben ofrecer un botón de arrepentimiento visible y accesible; no pueden exigir registración ni trámites adicionales y el plazo general informado es de diez días corridos.[\[2\]](#)

Diseño legal: si contratar requiere tres clics y cancelar exige llamar, imprimir, firmar, escanear y esperar, la arquitectura del producto crea una asimetría jurídicamente riesgosa.

8. Prueba del consentimiento digital

Una empresa no debería limitarse a guardar `accepted = true`.

Evidencia mínima recomendable

- identidad o cuenta asociada;
- fecha y hora con zona horaria;
- versión exacta de términos;
- hash o identificador del documento;
- texto mostrado junto al botón;
- estado de las casillas;
- evento técnico registrado;
- IP y dispositivo cuando sea lícito, necesario y proporcional;
- comprobante o correo de confirmación;
- historial de cambios;
- evidencia de que el enlace funcionaba;
- conservación íntegra y trazable.

Separación de consentimientos

No conviene mezclar en una sola casilla:

- aceptación contractual necesaria;
- consentimiento para marketing;
- tratamiento opcional de datos;
- geolocalización;
- biometría;
- comunicaciones promocionales.

Cada finalidad debe analizarse según su base jurídica. Una casilla única puede impedir que el consentimiento sea libre y específico.

Error frecuente de desarrollo

Guardar solo la fecha de alta, sin conservar la versión contractual. Años después puede saberse que el usuario hizo clic, pero no qué texto aceptó.

9. Jurisprudencia y criterio judicial

CSJN — “PADEC c/ Swiss Medical S.A. s/ nulidad de cláusulas contractuales”

Tribunal: Corte Suprema de Justicia de la Nación.

Fecha: 21 de agosto de 2013.

Expediente: P.361.XLIII.

Publicación: Fallos 336:1236.

Materia: contratos por adhesión, cláusulas abusivas, consumidores, legitimación de asociaciones y tutela colectiva.[\[1\]](#)

1. ¿Quiénes eran las partes?

PADEC era la asociación actora. Su denominación corresponde a Prevención, Asesoramiento y Defensa del Consumidor. Actuó en representación colectiva de personas afiliadas a Swiss Medical.

Swiss Medical S.A. era la empresa demandada, prestadora de servicios de medicina prepaga mediante contratos predispuestos.

La actora no promovió el proceso por un único afiliado individual. Cuestionó una cláusula incorporada de manera uniforme a múltiples contratos.

2. ¿Qué cláusula se cuestionaba?

La controversia se vinculó con una cláusula del contrato de medicina prepaga que autorizaba a la empresa a modificar unilateralmente el valor de las cuotas mensuales de sus afiliados.

PADEC pretendía que se declarara la nulidad o ineficacia de esa cláusula y se eliminaran sus efectos respecto del conjunto de usuarios afectados, incluyendo los aumentos aplicados sobre esa base.[\[2\]](#)

El conflicto tenía una característica central: la cláusula era la misma para una pluralidad de consumidores.

No se discutían contratos negociados individualmente. Se discutía una condición predispuesta e incorporada masivamente.

3. ¿Cuál era el problema jurídico?

El caso presentaba dos niveles distintos.

Problema sustantivo: determinar si la cláusula que permitía modificar unilateralmente las cuotas era abusiva y debía ser dejada sin efecto.

Problema procesal: determinar si una asociación de consumidores estaba legitimada para iniciar una única acción colectiva en representación de todos los usuarios afectados.

La Corte Suprema se concentró principalmente en el segundo problema: la legitimación colectiva y la vía procesal adecuada.

Precisión importante: la Corte no resolvió definitivamente en esta sentencia que la cláusula fuera nula. Dejó sin efecto la decisión que había rechazado la legitimación de PADEC y ordenó que el reclamo continuara como proceso

colectivo. El mérito contractual debía analizarse en las instancias correspondientes.

4. ¿Qué habían decidido los tribunales inferiores?

Las instancias anteriores habían rechazado la legitimación de PADEC.

El razonamiento era, en términos simplificados, que cada afiliado poseía un derecho patrimonial individual y que cada persona podía reclamar por su cuenta.

Esa mirada fragmentaba el conflicto:

- un contrato por cada afiliado;
- un aumento para cada afiliado;
- una eventual acción individual por cada afectado.

PADEC sostuvo que el núcleo del problema era común: una misma cláusula predispuesta y una misma conducta empresarial proyectada sobre toda la clase.

5. ¿Qué decidió la Corte Suprema?

La Corte dejó sin efecto la sentencia que había negado legitimación a la asociación.

Reconoció que el caso involucraba **derechos individuales homogéneos**: derechos divisibles y pertenecientes a personas determinadas, pero lesionados por un hecho o práctica común.

La pretensión estaba concentrada en los efectos comunes de la cláusula para toda la clase. Esa homogeneidad justificaba un tratamiento colectivo.[\[3\]](#)

La Corte aplicó y profundizó los criterios del precedente “*Halabi*”:

1. existencia de una causa fáctica o normativa común;
2. pretensión enfocada en los efectos comunes;
3. conveniencia o necesidad de una vía colectiva, especialmente cuando el reclamo individual puede resultar poco razonable o insuficiente para asegurar tutela efectiva.

6. Derechos individuales homogéneos

Esta categoría es fundamental.

Cada consumidor tiene su propio contrato y paga su propia cuota. El derecho patrimonial sigue perteneciendo a cada persona.

Sin embargo, todos pueden estar afectados por:

- la misma cláusula;
- el mismo mecanismo de modificación;
- la misma política empresarial;
- el mismo desequilibrio contractual.

Por eso existen cuestiones comunes que pueden resolverse una sola vez para toda la clase.

Ejemplo sencillo

Supongamos que una plataforma tiene 500.000 usuarios y agrega a todos sus contratos esta cláusula:

“La empresa podrá aumentar el precio en cualquier momento, con efecto retroactivo y sin notificación”.

Cada usuario podría reclamar individualmente. Pero el interrogante principal es común:

¿Esa cláusula predispuesta es válida o abusiva?

Resolverlo colectivamente evita:

- miles de litigios idénticos;
- decisiones contradictorias;
- costos superiores al monto de cada reclamo;
- permanencia de una práctica masiva por falta de acciones individuales.

7. Relación con los artículos 42 y 43 de la Constitución Nacional

El artículo 42 reconoce la protección constitucional de consumidores y usuarios.

El artículo 43 habilita la tutela de derechos de incidencia colectiva y reconoce legitimación, según el caso, al afectado, al Defensor del Pueblo y a asociaciones que persigan esas finalidades.

La Corte entendió que una asociación de consumidores puede actuar cuando existe una práctica común que afecta de manera homogénea a un conjunto identificable de usuarios.

La forma procesal elegida no debía impedir la tutela colectiva. El hecho de que PADEC hubiera iniciado un proceso ordinario no bloqueaba la aplicación de los principios constitucionales desarrollados en “*Halabi*”.[\[4\]](#)

8. Requisitos de organización del proceso colectivo

La Corte indicó que el tribunal debía organizar el proceso de manera adecuada para proteger a toda la clase.

Entre los recaudos relevantes aparecen:

- identificación precisa del colectivo afectado;
- idoneidad de quien representa a la clase;
- existencia de cuestiones comunes;

- notificación adecuada a las personas alcanzadas;
- posibilidad de optar por quedar fuera del proceso;
- posibilidad de presentarse como parte o contraparte;
- publicidad suficiente para evitar procesos colectivos superpuestos;
- protección del derecho de defensa.

Estos recaudos son importantes porque la sentencia colectiva puede proyectar efectos más allá de quienes comparecieron personalmente.

9. ¿Por qué es un fallo importante?

El precedente es relevante por cinco razones.

Primera: reconoce legitimación colectiva a una asociación de consumidores.

Segunda: aplica la categoría de derechos individuales homogéneos a contratos masivos.

Tercera: evita que una práctica uniforme sea fragmentada artificialmente en miles de conflictos individuales.

Cuarta: fortalece el control judicial de cláusulas predispuestas.

Quinta: muestra que una lesión de bajo monto individual puede tener enorme importancia colectiva.

10. Aplicación directa a contratos digitales

Los contratos digitales suelen ser:

- masivos;
- estandarizados;
- predispuestos;
- aceptados sin negociación;
- modificados centralizadamente;

- aplicados automáticamente.

Una cláusula o decisión de producto puede afectar simultáneamente a toda la base de usuarios.

Ejemplos:

- aumento unilateral de una suscripción;
- renovación automática no informada;
- cobro de una comisión oculta;
- modificación unilateral de almacenamiento disponible;
- exclusión total de responsabilidad por pérdida de datos;
- jurisdicción extranjera impuesta a consumidores argentinos;
- autorización genérica para compartir datos;
- bloqueo automatizado sin revisión ni reclamo;
- baja deliberadamente dificultosa;
- migración forzada a un plan más costoso.

En todos esos casos puede existir un conjunto de derechos individuales afectados por una misma arquitectura contractual o técnica.

11. Relación con clickwrap y términos y condiciones

Imaginemos que todos los usuarios aceptaron mediante clickwrap una cláusula que permite al proveedor duplicar unilateralmente el precio.

El proveedor podría argumentar:

“Todos hicieron clic en Aceptar”.

El precedente enseña que el análisis no termina ahí.

Hay que preguntar:

- ¿la cláusula fue clara y visible?;

- ¿era razonablemente previsible?;
- ¿desnaturaliza obligaciones?;
- ¿genera un desequilibrio significativo?;
- ¿restringe derechos del consumidor?;
- ¿la modificación fue informada?;
- ¿existía una salida o baja real?;
- ¿la misma cláusula afectó homogéneamente a miles de personas?

Un clic puede demostrar una conducta de aceptación, pero no convierte automáticamente en válida toda cláusula predispuesta.

12. Diferencia entre consentimiento y control de contenido

Este es el aprendizaje contractual más importante del caso.

Control de consentimiento: determina si el usuario manifestó aceptación.

Control de incorporación: determina si la cláusula estuvo disponible, fue legible y se integró al contrato.

Control de transparencia: determina si una persona podía comprender sus efectos.

Control de contenido: determina si la cláusula es jurídicamente admisible o abusiva.

PADEC demuestra que, aun cuando exista contrato, ciertas cláusulas pueden ser revisadas colectivamente.

13. Ejemplo tecnológico para trabajar en clase

Caso “CloudPlus”

CloudPlus presta almacenamiento en la nube a 200.000 consumidores.

Sus términos contienen esta cláusula:

“CloudPlus podrá modificar en cualquier momento el precio, espacio disponible, período de facturación y demás condiciones. La continuación del uso implicará aceptación. Los cambios podrán aplicarse a períodos ya abonados”.

La empresa:

- reduce el almacenamiento;
- duplica el precio;
- aplica el cambio inmediatamente;
- informa mediante un enlace secundario;
- mantiene el débito automático;
- exige llamar en horario comercial para cancelar.

Preguntas

1. ¿Existe una cláusula predispuesta?
2. ¿La aceptación inicial habilita cualquier cambio futuro?
3. ¿La cláusula resulta clara y previsible?
4. ¿La modificación unilateral desnaturaliza obligaciones?
5. ¿Qué deberes de información aparecen?
6. ¿Cada usuario debe demandar individualmente?
7. ¿Existe una causa común y efectos homogéneos?
8. ¿Qué evidencia técnica debería preservar la empresa?
9. ¿Cómo debería haberse diseñado la notificación y la baja?
10. ¿Qué solución colectiva podría solicitarse?

Respuesta orientativa

Existe un contrato por adhesión y una cláusula común aplicada masivamente. Deben analizarse buena fe, previsibilidad, deber de información, prohibición de cláusulas abusivas y tutela colectiva.

La empresa debería, como mínimo:

- informar el cambio de forma clara y previa;
- explicar su alcance económico;
- no aplicarlo retroactivamente;
- obtener aceptación cuando la modificación altera elementos esenciales;
- permitir una baja sencilla;
- conservar la versión comunicada y la evidencia de recepción;
- evitar que el silencio funcione artificialmente como aceptación.

14. Regla jurídica que deja el precedente

Cuando una cláusula predispuesta o una práctica contractual uniforme afecta del mismo modo a una pluralidad de consumidores, la existencia de contratos individuales no impide una tutela colectiva. La cuestión común puede y debe ser analizada de manera concentrada, con adecuada representación y resguardo del derecho de defensa.

15. Qué no debe afirmarse

Para explicar correctamente el fallo, evitar estas simplificaciones:

- “La Corte declaró nulos todos los aumentos de Swiss Medical”.
- “Toda modificación unilateral es automáticamente inválida”.
- “Cualquier asociación puede demandar sin requisitos”.
- “La Corte resolvió definitivamente el fondo contractual”.
- “Todo reclamo de consumidores debe ser colectivo”.

La formulación correcta es:

La Corte reconoció la legitimación colectiva de PADEC, calificó la controversia como relativa a derechos individuales homogéneos y ordenó continuar el proceso colectivo para discutir la validez de una cláusula común.

16. Conexión con el trabajo profesional de programación

El fallo muestra que una decisión técnica puede convertirse en un conflicto colectivo.

- Una cláusula se despliega a toda la base.
- Un cambio de configuración afecta a todos.
- Un algoritmo aplica automáticamente una condición.
- Un sistema de facturación replica el mismo cobro.
- Una interfaz oculta la baja a miles de usuarios.

Por eso deben existir controles antes del despliegue:

- revisión legal de términos;
- versionado contractual;
- evaluación de impacto;
- prueba de notificaciones;
- reversibilidad;
- trazabilidad;
- canales de reclamo;
- auditoría de decisiones automatizadas.

17. Síntesis

Hecho: cláusula uniforme que permitía modificar unilateralmente cuotas de medicina prepaga.

Actora: asociación de defensa del consumidor PADEC.

Problema: legitimación para representar colectivamente a afiliados afectados.

Decisión: la Corte dejó sin efecto el rechazo de legitimación y ordenó continuar el proceso colectivo.

Categoría: derechos individuales homogéneos.

Precedente base: “Halabi”.

Importancia digital: permite comprender la dimensión colectiva de cláusulas y prácticas automatizadas aplicadas masivamente.

Advertencia metodológica

Las expresiones clickwrap, browsewrap y sign-in wrap describen diseños de interfaz; no reemplazan el análisis normativo argentino. La validez debe evaluarse con las reglas de consentimiento, buena fe, adhesión, información, consumo, prueba y tutela colectiva.

10. Doctrina

Ricardo Luis Lorenzetti

¿Quién es?

Ricardo Luis Lorenzetti es un jurista argentino, profesor universitario, autor especializado en Derecho Privado y ministro de la Corte Suprema de Justicia de la Nación, tribunal que también presidió. Su producción académica abarca teoría general del contrato, contratos de consumo, comercio electrónico, responsabilidad civil, derechos colectivos y teoría de la decisión judicial. Entre

sus obras vinculadas con esta clase se encuentran *Tratado de los contratos, Consumidores, Contratos de servicios a los consumidores y Comercio electrónico*.[\[1\]](#)

¿Cuál es su enfoque doctrinario?

Lorenzetti explica el contrato contemporáneo como una institución que ya no puede analizarse únicamente desde la libertad individual de dos partes formalmente iguales. La autonomía de la voluntad continúa siendo una regla central, pero funciona dentro de un sistema integrado por:

- la Constitución y los derechos fundamentales;
- las normas imperativas;
- la buena fe;
- la protección de la confianza;
- la tutela del consumidor;
- la prevención del daño;
- los efectos que el contrato produce sobre terceros y sobre grupos.

Este enfoque suele denominarse *visión sistémica o constitucionalizada del contrato*. El contrato no es una “isla”: forma parte del ordenamiento jurídico y debe interpretarse en diálogo con sus principios y valores.

En los contratos de consumo, Lorenzetti destaca que la igualdad formal puede ocultar una desigualdad real. El proveedor suele controlar la información, la tecnología, el texto contractual y el diseño del proceso. El consumidor, en cambio, normalmente solo puede aceptar o rechazar.

Aplicación a contratos digitales

Su enfoque permite afirmar que una plataforma no cumple simplemente porque publicó términos y obtuvo un clic. También debe analizarse:

- si la información era clara;
- si el usuario podía comprender la consecuencia económica;

- si la interfaz respetaba su libertad de decisión;
- si existían cláusulas sorprendentes;
- si el proveedor protegió la confianza creada;
- si el diseño prevenía daños previsibles;
- si la modificación unilateral era razonable.

Ejemplo: una aplicación anuncia un plan mensual, pero incorpora una renovación anual automática en una cláusula escondida. Desde esta doctrina, el problema no se resuelve diciendo “el usuario aceptó”. Hay que examinar buena fe, transparencia, confianza, previsibilidad y protección del consumidor.

Idea para recordar

Para Lorenzetti, la autonomía privada sigue existiendo, pero opera dentro de un sistema de derechos, principios y controles que protege la confianza y corrige desigualdades reales.

Rubén S. Stiglitz

¿Quién es?

Rubén S. Stiglitz es un jurista y académico argentino especializado en Derecho de los Contratos, Derecho de Seguros, responsabilidad civil y protección del consumidor. Es autor de numerosos trabajos sobre contratos por adhesión, cláusulas abusivas y control del contenido contractual.

Junto con Gabriel A. Stiglitz publicó tempranamente una obra central para la materia: *Contratos por adhesión, cláusulas abusivas y protección al consumidor*, publicada en 1985.[\[2\]](#)

¿Cuál es su enfoque doctrinario?

Su doctrina parte de distinguir entre:

1. **contratos negociados o paritarios**, donde ambas partes pueden discutir efectivamente el contenido;
2. **contratos por adhesión**, donde una parte redacta anticipadamente las condiciones y la otra solo puede adherir.

En el segundo grupo, el consentimiento existe, pero la libertad de configuración contractual del adherente es mínima. Por eso no basta con controlar si hubo una aceptación formal. También debe controlarse el contenido.

Rubén Stiglitz desarrolla especialmente:

- control de incorporación: si la cláusula fue efectivamente puesta a disposición;
- control de transparencia: si es clara, legible y comprensible;
- control de contenido: si produce un desequilibrio injustificado;
- control de previsibilidad: si una persona razonable podía anticiparla;
- interpretación contra el predisponente: la ambigüedad perjudica a quien redactó.

Aplicación a contratos digitales

La mayoría de los términos y condiciones digitales son contratos por adhesión. El usuario no negocia:

- jurisdicción;
- limitaciones de responsabilidad;
- uso de datos;
- renovación;
- suspensión de cuenta;
- propiedad del contenido;
- modificación de condiciones.

Ejemplo: un servicio de nube establece que puede eliminar todos los archivos sin aviso y que nunca responderá, ni siquiera cuando la pérdida derive de una falla propia. Desde la doctrina de Rubén Stiglitz, corresponde controlar si esa cláusula desnaturaliza la obligación esencial del proveedor y genera un desequilibrio abusivo.

Idea para recordar

En los contratos por adhesión, controlar el clic no alcanza: también hay que controlar si las condiciones incorporadas son transparentes, previsibles y equilibradas.

Gabriel A. Stiglitz

¿Quién es?

Gabriel A. Stiglitz es un jurista y académico argentino reconocido por su especialización en Derecho del Consumidor, derechos colectivos, deber de información, cláusulas abusivas y acceso a la justicia. Su producción incluye trabajos sobre protección jurídica del consumidor, responsabilidad precontractual por incumplimiento del deber de informar y acciones colectivas frente a cláusulas abusivas.[\[3\]](#)

¿Cuál es su enfoque doctrinario?

Gabriel Stiglitz concibe al Derecho del Consumidor como un sistema *protector o tuitivo*. Parte de una desigualdad estructural entre proveedor y consumidor:

- desigualdad de información;
- desigualdad económica;
- desigualdad técnica;
- desigualdad probatoria;

- desigualdad en la capacidad de redactar el contrato.

Por eso el ordenamiento debe compensar esa asimetría mediante:

- deber reforzado de información;
- trato digno;
- interpretación favorable al consumidor;
- control de cláusulas abusivas;
- responsabilidad por daños;
- mecanismos colectivos de tutela;
- acceso efectivo a reclamos y justicia.

Su doctrina también permite comprender que un incumplimiento informativo puede existir antes de que el contrato se celebre. Si el usuario decide sobre la base de información incompleta, ambigua o engañosa, el proceso de formación del consentimiento ya está afectado.

Aplicación a contratos digitales

En una interfaz digital, el proveedor controla la arquitectura de la decisión. Decide:

- qué información aparece primero;
- qué se oculta en enlaces secundarios;
- qué botón tiene mayor visibilidad;
- qué casillas vienen marcadas;
- cómo se cancela;
- qué evidencia conserva.

Ejemplo: una plataforma muestra “prueba gratuita” en letras grandes, pero esconde que luego cobrará automáticamente durante doce meses. Desde la doctrina de Gabriel Stiglitz, existe un problema de información, transparencia y libertad real del consentimiento.

Esta perspectiva también explica por qué una cláusula idéntica puede producir un daño colectivo: si se incorpora a millones de contratos, el control no debe depender únicamente de reclamos individuales.

Idea para recordar

El consumidor necesita protección no porque sea incapaz, sino porque participa en una relación estructuralmente asimétrica frente a quien controla información, tecnología y condiciones.

Sebastián Picasso

¿Quién es?

Sebastián Picasso es un jurista argentino, profesor, magistrado y autor especializado en responsabilidad civil, Derecho del Consumidor y Código Civil y Comercial. Participó como director y autor en obras de referencia, entre ellas *Ley de Defensa del Consumidor. Comentada y anotada* y el *Código Civil y Comercial de la Nación comentado* publicado por el sistema oficial Infojus/SAIJ.[\[4\]](#)

¿Cuál es su enfoque doctrinario?

Picasso analiza la relación de consumo como una categoría amplia y constitucionalmente protegida. El contrato no se limita al texto firmado: comprende publicidad, información previa, prácticas comerciales, seguridad del servicio y conducta posterior del proveedor.

Entre los ejes asociados con su doctrina se encuentran:

- interpretación amplia de la relación de consumo;
- protección constitucional del consumidor;
- deber de seguridad;

- responsabilidad por daños;
- conexión entre publicidad, oferta y contrato;
- ineficacia de cláusulas que restrinjan derechos indisponibles;
- análisis de la conducta de la víctima sin desnaturalizar la tutela protectoria.

Aplicación a contratos digitales

Su enfoque permite analizar el recorrido completo del usuario:

1. publicidad en redes;
2. landing page;
3. onboarding;
4. aceptación;
5. pago;
6. prestación;
7. soporte;
8. baja;
9. tratamiento del reclamo.

Ejemplo: si una publicidad promete almacenamiento “ilimitado” pero los términos restringen fuertemente la capacidad, no corresponde mirar solo la cláusula final. Debe analizarse la expectativa creada por todo el proceso comercial.

También resulta útil para estudiar daños producidos por:

- bloqueos arbitrarios;
- pérdida de información;
- fallas de seguridad;
- errores de facturación;
- imposibilidad de cancelar;
- decisiones automatizadas perjudiciales.

Idea para recordar

La relación de consumo digital se analiza como un proceso completo; la responsabilidad no comienza ni termina en el instante del clic.

Roberto A. Vázquez Ferreyra

¿Quién es?

Roberto A. Vázquez Ferreyra es un jurista y profesor argentino especializado en responsabilidad civil, obligaciones, Derecho del Consumidor, daños y responsabilidad profesional. Codirigió con Sebastián Picasso la obra *Ley de Defensa del Consumidor. Comentada y anotada*, referencia doctrinaria sobre la Ley 24.240.[\[4\]](#)

¿Cuál es su enfoque doctrinario?

Su doctrina pone especial atención en la prevención y reparación del daño, el deber de seguridad y la efectividad concreta de los derechos del consumidor.

Desde esta perspectiva, el proveedor no solo debe cumplir la prestación principal. También debe organizar su actividad de manera segura, diligente y apta para evitar daños previsibles.

Los ejes principales son:

- deber de prevención;
- deber de seguridad;
- responsabilidad por incumplimiento;
- reparación plena;
- profesionalidad del proveedor;

- carga de aportar información y prueba que se encuentra bajo control empresarial;
- protección efectiva frente a fallas del servicio.

Aplicación a contratos digitales

En un producto digital, el deber de seguridad puede proyectarse sobre:

- protección de credenciales;
- resguardo de datos;
- continuidad del servicio;
- prevención de cobros duplicados;
- backups;
- controles de acceso;
- respuesta ante incidentes;
- mecanismos de recuperación de cuentas.

Ejemplo: una plataforma pierde los repositorios de sus usuarios por no realizar copias de seguridad, aunque publicitaba un servicio confiable. El análisis no se limita a leer una cláusula de exoneración: debe examinarse la diligencia profesional, el deber de prevención y el daño causado.

Idea para recordar

En servicios digitales, la responsabilidad jurídica se relaciona directamente con decisiones de arquitectura, seguridad, documentación y respuesta ante incidentes.

Comparación de las doctrinas

Autor	Eje principal	Pregunta aplicada a tecnología
Ricardo Lorenzetti	Sistema contractual, confianza, derechos fundamentales y consumo	¿El contrato digital respeta el sistema de principios y derechos, además del texto aceptado?
Rubén Stiglitz	Adhesión, transparencia y control de cláusulas abusivas	¿Las condiciones predisuestas son claras, previsibles y equilibradas?
Gabriel Stiglitz	Protección del consumidor y corrección de asimetrías	¿El usuario recibió información suficiente y tuvo una posibilidad real de decidir?
Sebastián Picasso	Relación de consumo integral y responsabilidad	¿Qué ocurrió en todo el recorrido, desde la publicidad hasta la baja y el reclamo?
Roberto Vázquez Ferreyra	Prevención, seguridad y reparación del daño	¿El proveedor diseñó y operó el servicio con diligencia suficiente para evitar daños?

Síntesis doctrinaria integrada

Estas posiciones no son contradictorias; se complementan.

Permiten construir una regla general para contratos digitales:

La autonomía contractual subsiste en internet, pero la validez y eficacia del consentimiento deben analizarse junto con la buena fe, la transparencia, la confianza, la previsibilidad, la seguridad, la prevención del daño y la protección de la parte que no controla el texto ni la arquitectura tecnológica.

Al diseñar una plataforma, el equipo técnico también interviene en la formación del contrato.

- Frontend decide qué ve el usuario.
- UX decide cómo se presenta la elección.
- Backend decide qué evidencia queda.
- Seguridad protege credenciales y datos.
- Producto define renovaciones, bajas y límites.
- Legal traduce obligaciones y riesgos.

Por eso, la pregunta profesional no es solo “¿el usuario hizo clic?”, sino:

- ¿qué vio antes de hacer clic?;
- ¿lo pudo comprender?;
- ¿tenía una alternativa real?;
- ¿qué condición se incorporó?;
- ¿qué prueba conservamos?;
- ¿el sistema evita daños previsibles?;
- ¿la cláusula respeta derechos indisponibles?

11. Actividad integradora

Caso: alta y compra en “CodeCloud”

Una plataforma ofrece almacenamiento de repositorios por \$5.000 mensuales.

El flujo es así:

1. El usuario ingresa correo y contraseña.
2. Debajo del botón “Crear cuenta” aparece en gris claro: “Al continuar aceptás nuestros términos”.
3. Los términos se abren en otra pestaña, pero el enlace falla en celulares.
4. La renovación anual está informada solo en la cláusula 47.
5. La casilla de publicidad está marcada por defecto.
6. El precio final con impuestos aparece después de confirmar.
7. Para cancelar, hay que enviar una carta a un domicilio físico.
8. La empresa conserva solo `termsAccepted = true`.
9. Una cláusula permite modificar cualquier condición sin notificación.
10. Otra excluye toda responsabilidad por pérdida de repositorios, aun por fallas propias.

Trabajo práctico

Completar la siguiente auditoría:

Punto	Pregunta
Partes	¿Quién es proveedor y quién usuario/consumidor?

Oferta	¿Precio, duración y prestación son suficientemente claros?
Consentimiento	¿La acción del usuario es inequívoca?
Accesibilidad	¿Los términos están realmente disponibles?
Adhesión	¿Las cláusulas fueron predispuestas?
Información	¿Qué datos faltan antes de confirmar?
Cláusulas abusivas	¿Cuáles deberían revisarse?
Revocación/baja	¿El mecanismo es legalmente adecuado?
Datos	¿La casilla de marketing permite consentimiento libre?
Prueba	¿Qué evidencia debería conservarse?

Solución orientativa

- El sign-in wrap es débil por bajo contraste y enlace defectuoso.
- La renovación automática debe informarse de manera destacada.
- El precio final debe aparecer antes de la aceptación.

- La casilla de marketing no debería estar premarcada.
 - La baja por carta contradice la lógica de contratación electrónica y puede vulnerar normas de consumo.
 - La modificación unilateral ilimitada es riesgosa.
 - La exclusión total de responsabilidad puede desnaturalizar obligaciones.
 - `termsAccepted = true` no identifica versión ni contenido.
-

15. Síntesis

1. El contrato es un acto jurídico basado en consentimiento con efectos patrimoniales.
2. La libertad contractual tiene límites legales y de orden público.
3. Un contrato válido obliga a las partes.
4. La buena fe alcanza celebración, interpretación y ejecución.
5. El consentimiento se forma mediante oferta y aceptación o conducta concluyente.
6. En digital, la interfaz y los registros son parte central de la prueba.
7. Clickwrap suele brindar mejor evidencia que browsewrap.
8. Los contratos por adhesión deben ser claros, completos y previsibles.
9. Las cláusulas abusivas pueden tenerse por no escritas.
10. En consumo digital rigen información reforzada, interpretación favorable y derecho de revocación.
11. La legalidad debe diseñarse desde el frontend, el backend y la gobernanza del producto.

Normativa trabajada

Constitución Nacional — artículos 42 y 43

El artículo 42 reconoce a consumidores y usuarios el derecho a recibir información adecuada y veraz, a elegir libremente y a obtener condiciones de trato equitativo y digno. El artículo 43 habilita la acción de amparo y la tutela colectiva frente a prácticas que afectan de manera común a un grupo de consumidores. En contratos digitales, ambos artículos fundamentan el control de diseños engañosos, cláusulas abusivas y conductas masivas de las plataformas.

Código Civil y Comercial de la Nación

- **Artículos 957, 958, 959 y 961:** definen el contrato y regulan la libertad contractual, su fuerza obligatoria y la buena fe. La autonomía de las partes existe, pero debe ejercerse dentro de la ley, el orden público y los derechos de la contraparte.
- **Artículos 971 y 980:** regulan la formación del consentimiento mediante oferta y aceptación y el momento en que queda perfeccionado el contrato. En medios digitales permiten analizar cuándo una acción, como hacer clic, constituye una aceptación eficaz.
- **Artículos 984, 985, 987, 988 y 989:** regulan los contratos por adhesión. Exigen cláusulas claras, completas y legibles; ordenan interpretar las ambigüedades contra quien redactó el contrato y permiten controlar judicialmente las cláusulas abusivas.
- **Artículos 1092, 1094 y 1100:** delimitan la relación de consumo, establecen la interpretación más favorable al consumidor e imponen al proveedor un deber reforzado de información cierta, clara y detallada.
- **Artículos 1105 y 1106:** reconocen los contratos celebrados a distancia y la validez del soporte electrónico. La contratación digital puede satisfacer la exigencia de escritura si el contenido es accesible y puede conservarse.
- **Artículos 1110 a 1116:** regulan el derecho irrenunciable de revocar la aceptación en las contrataciones a distancia, sus efectos y sus excepciones.

Ley 24.240 de Defensa del Consumidor

Establece un régimen especial de protección. Exige información cierta, clara y detallada; integra la oferta y la publicidad al contrato; prohíbe cláusulas abusivas y garantiza mecanismos eficaces de reclamo y baja. En el ámbito digital obliga a evaluar no solo los términos y condiciones, sino también la interfaz, la publicidad, el precio final, las renovaciones automáticas y todo el recorrido de contratación.

Resolución 424/2020 — Botón de arrepentimiento

Obliga a quienes comercializan bienes o servicios a distancia mediante páginas o aplicaciones web a incorporar un enlace visible y de fácil acceso denominado “Botón de arrepentimiento”. Su finalidad es permitir que el consumidor ejerza el derecho de revocación sin registraciones, trámites adicionales ni obstáculos injustificados. La norma convierte un derecho legal en una exigencia concreta de diseño de interfaz.

Jurisprudencia

- CSJN, “PADEC c/ Swiss Medical S.A. s/ nulidad de cláusulas contractuales”, 21/08/2013, Fallos 336:1236.[\[3\]](#)

Cierre

En programación solemos preguntar si el botón funciona. En Derecho también preguntamos qué significa, qué información muestra, qué decisión provoca y qué evidencia deja. Un consentimiento digital bien diseñado debe ser visible para el usuario, comprensible para una persona común y demostrable ante un conflicto.

