

Facultad de Derecho UBA

1ª Jornada Inter-Cátedras Contratos Civiles y Comerciales 2025

12 y 13 de Junio de 10.30 hs **Salón Azul**

Jueves 12

10.30 hs horas Palabras a cargo del Sr. Decano Dr. Leandro Vergara

ORGANIGRAMA DE LA JORNADA

11:00 a 13:00 horas Panel 1: Publicidad e Integración Contractual

Moderador/a: Dr. Ricardo Rocca (Barbier)

1ª Expositor/a: Dra. Natalia Salagaray “Las redes sociales y las nuevas formulaciones publicitarias”(Lovece)

"La exposición tiene como objetivo plantear algunas de las implicancias que trae aparejada la utilización de algoritmos y el análisis de los datos obtenidos del comportamiento de los usuarios en las redes sociales para la creación de perfiles digitales.

Abarcaremos temas como el efecto burbuja, la invasión a la privacidad e intimidad de los usuarios, el cotejo de datos, la manipulación algorítmica, la predicción de comportamientos y posterior exposición a publicidades seleccionadas de forma premeditada.

Todo ello con la finalidad de generar conciencia en los oyentes de su accionar en las redes sociales y analizar la necesidad de contar con regulación más protectora en la materia."

2º Expositor/a: Dr. Alejandro Dabah “La integración del contrato a la luz del DNU 70/2023” (Zentner)

“El Decreto de Necesidad y Urgencia N°70/2023 introduce cambios importantes en diversos aspectos del Código Civil y Comercial de la Nación. En particular, vinculados con al tema de la integración del contrato, modifica los artículos 958, 960 y 989 de dicho cuerpo normativo. Si bien las normas referidas introducen cambios significativos en materia contractual, cualquier interpretación que se haga de ellas debe ser coherente con el resto del ordenamiento jurídico, tal como indica el art. 2 del Código Civil y Comercial de la Nación.

Desde esta perspectiva y por aplicación del artículo 12 del Código Civil y Comercial de la Nación, incluso con las nuevas redacciones de los artículos 958 y 960 del Código Civil y Comercial de la Nación, es dable afirmar que cualquier manifestación de la voluntad de las partes expresada en un contrato que atente contra una norma de orden público, tornará al acto como otorgado en fraude a la ley.

Del mencionado artículo 12 también se infiere la facultad de los jueces para modificar las estipulaciones de los contratos cuando existan manifestaciones de voluntad de las partes que afecten el orden público. Ello se desprende, además, de los artículos 386 y 387 del Código Civil y Comercial de la Nación.

En cuanto al artículo 989 del CCyC, si bien la nueva redacción traída por el DNU 70/2023 elimina la última parte del artículo, que es aquella que obligaba al juez a integrar el contrato cuando declaraba su nulidad parcial, lo cierto es que aún subsiste esa obligación por aplicación del artículo 389 del Código Civil y Comercial de la Nación. Por cierto que la aplicación a los contratos del artículo 389 del CCyC es inobjetable desde que aquéllos forman parte del género de los actos jurídicos.

En conclusión: si bien el DNU70/2023 intenta producir un efecto desregulador en materia contractual, no hay que olvidar que dichas normas se encuentran insertas dentro de una estructura normativa que mantiene incólume los principios que regían previo al dictado del mencionado decreto, los que limitan la aplicación de norma dictada por el Poder Ejecutivo.”

3º Expositor/a: Dra. Sandra Walther “Publicidad: Manifestación alcance y consecuencias” (Borda- Leiva)

“Publicidad comercial, herramienta poderosa de marketing.

¿Qué hay detrás de una inocente, alegre y seductora pauta publicitaria? ¿Se vulnera el derecho tutelado de información?

Publicidad legal vs publicidad ilegal. Publicidad engañosa, (información y “seducción”) comparativa y abusiva. Sus caracteres. Influencia en las expectativas razonables del consumidor.

Publicidad subliminar, ¿otra especie?

La publicidad comercial como fuente heterónoma de integración del contrato. Requisitos que tornan vinculante la publicidad en los contratos de consumo.”

4º Expositor/a: Dr. Sebastián Varni “Régimen de la publicidad realizado por influencers” (Barbier)

“La irrupción de nuevas formas de interacción a través de las redes sociales ha dado lugar a una reconfiguración del panorama publicitario, introduciendo elementos distintivos que lo separan de los métodos tradicionales. En este contexto, la publicidad ejercida por “influencers” adquiere una dinámica particular que demanda un análisis exhaustivo, dado que sus características escapan a los marcos normativos convencionales.

En situaciones específicas, la actividad publicitaria de estos influenciadores debe ser enmarcada dentro de la legislación de defensa del consumidor, siendo equiparados a los vendedores conforme al artículo 40 de dicha normativa. Asimismo, la publicidad que emana de estas figuras no solo se integra como una fuente heterónoma en el contrato, sino que también puede implicar la atribución de responsabilidad a partir de conductas culposas o dolosas, en caso de que generen confianza basada en información falsa o inexacta. Este fenómeno plantea importantes interrogantes sobre la regulación y la ética en el ámbito de la publicidad contemporánea.”

5º Expositor/a: Dr. Enzo Donato Brun “La prueba en la integración contractual frente a la publicidad digital personalizada” (Weingarten)

La aceleración exponencial de la inteligencia artificial generativa está

configurando un nuevo paradigma publicitario que plantea desafíos inéditos para el

derecho contractual de consumo. Esta exposición analiza el fenómeno emergente de la publicidad dinámica generativa, donde algoritmos de IA crearán anuncios únicos y personalizados en tiempo real para cada usuario, generando infinitos anuncios adaptados automáticamente a las características específicas del destinatario y representando un salto cualitativo respecto de la hipersegmentación publicitaria actual.

El problema jurídico central radica en la tensión entre los principios consolidados de integración publicitaria y las nuevas realidades tecnológicas. Si bien la jurisprudencia argentina ha establecido que la publicidad forma parte del contenido contractual y que las precisiones publicitarias son vinculantes, ¿cómo se aplican estos principios cuando el anuncio específico es volátil, único e irrepetible?

La dificultad probatoria que enfrentarán los consumidores se manifiesta en múltiples dimensiones: la unicidad del contenido generado algorítmicamente para cada usuario, la volatilidad temporal de anuncios que mutan en tiempo real, y la complejidad técnica de sistemas inaccesibles al consumidor promedio. Esta situación amenaza con generar una asimetría probatoria que podría dejar al consumidor en indefensión frente a prácticas comerciales abusivas potenciadas por la sofisticación tecnológica.

En este contexto de transformación acelerada, resulta imperativo que el derecho invierta su camino tradicionalmente reactivo para anticiparse a las potenciales derivas dañosas de estas tecnologías. La exposición concluye con propuestas específicas para abordar esta problemática, incluyendo obligaciones de registro y trazabilidad para empresas que utilicen IA publicitaria, derechos del consumidor al acceso a evidencia de anuncios personalizados, y marcos de transparencia algorítmica que permitan una protección integral en las relaciones de consumo digitales.

6ª Expositor/a: Dra. Mónica Liliana Casares “La información y la comunicación como puente para el acuerdo” (Armella)

La publicidad es comunicación y si está bien construida es un puente y base para el acuerdo, especialmente en el mundo de los contratos que es la sede del encuentro.

Pero hay situaciones en que algunos se quedan afuera pues no entienden esa información, pese a los adelantos tecnológicos y otras ayudas que nos presentan estos tiempos. Mi idea es sólo plantear algunos interrogantes.

7ª Expositor/a: Dr. Juan Manuel Lezcano “Perspectiva jurisprudencial en materia de publicidad e integración de los contratos” (Garrido)

El análisis jurisprudencial sobre la publicidad y la integración del contrato se enfoca en cómo los antecedentes jurisprudenciales influyen en la formación y contenido de los contratos. La publicidad, al ser considerada una invitación a contratar, puede integrar cláusulas contractuales cuando genera expectativas legítimas en los consumidores. La jurisprudencia ha evolucionado para establecer que las afirmaciones contenidas en la publicidad, especialmente cuando inducen a la contratación, pueden ser vinculantes y formar parte del contrato, particularmente en el ámbito del derecho de consumo. Esto último refuerza la protección del consumidor frente a prácticas comerciales desleales o engañosas, consolidando la doctrina del contrato de adhesión y el principio de buena fe.

Break Almuerzo

15:00 a 17:00 horas Panel 2: Contratos de Larga Duración

Moderador/a: Karin Alfie (Weingarten)

1ª Expositor/a: Dr. Mariano Acevedo “Contratos de larga duración. Aspectos fácticos. Realidad económica” (Zentner)

Esta exposición, está titulada “Contratos de larga duración. Aspectos fácticos. Realidad Económica”. El Código Civil y Comercial de la Nación, dentro del capítulo referido al objeto de los contratos, incorporó en el art. 1011 una disposición referida a los contratos cuya ejecución, como esencia, se extiende en el tiempo. Esta incorporación resultó una novedad respecto de los proyectos de reforma anteriores en lo que hace a establecer una norma de carácter general para los contratos de larga duración a diferencia de los precedentes que abordaron el tema en aspectos puntuales. La redacción quizás peca de cierta ambigüedad y falta de operatividad y resulta interesante analizarlos en lo que hace a los aspectos fácticos relacionados con esta norma y tener en cuenta, también, el papel que juega la realidad económica que, en las característica pendular y cambiante que tiene en nuestro país, convierte a los contratos que se extienden en el tiempo, en contratos de “larguísima” duración

2º Expositor/a: Dr. Matías Muñoz “La causa de los contratos de duración ¿un elemento supra esencial? (Lovece)

Desde la sanción del nuevo Código Civil y Comercial de la Nación, nos encontramos con algunas novedades que, como ocurre con los denominados “Contratos de duración” (Conf. Art. 1011 CCCN) no encontraban precedentes en los proyectos de reforma previos al Anteproyecto ordenado vía Dec. 191/2011. Digo que aparece como una novedad, no solo en esta consagración legislativa sino también considerando el desconcierto respecto a la interpretación del contenido y alcance de la norma en cuestión.

En efecto, los fundamentos del anteproyecto de reformas, señalan que se trata de un tema novedoso pero también “controvertido” que, en virtud de ello, se aparta de las reglas clásicas de inmutabilidad.

A su turno, la norma tal como quedó redactada habla de “Contratos de larga duración donde el tiempo es esencial para el cumplimiento del objeto”. Es decir, se presta consentimiento considerando que, para cumplir la finalidad buscada por las partes al celebrar el contrato, el plazo de duración resultará decisivo e impone a aquellas un deber de colaboración y al contrato una textura de “flexibilidad” (Rivera, 2017) que ningún otro acuerdo comparte, particularmente en cuanto a su renegociación en el tracto de ejecución, basado en la dinámica negocial.

Es de allí que cabe preguntarse si, la finalidad como elemento integrante de la causa es un elemento que se exhibe por encima de los restantes con cierta supra esencialidad. Y ello, porque el propio ecosistema creado por ese artículo lleva a la conclusión de que, por ejemplo, si bien las partes unilateralmente pueden rescindir el contrato (lo cual corresponde a una generalidad contractual), no pueden hacerlo intempestivamente -esto es, sin atender a la amortización de la inversión de la otra parte, por ejemplo-.

Señalo este punto relativo a la causa porque, es de creer que ante el hecho económico que supone el quid de la contratación, como lo es una inversión en determinado negocio, se espera el rendimiento en determinado plazo razonable que, claramente tampoco puede justificar una situación a perpetuidad.

De allí que la norma exija, como un desprendimiento del deber de buena fe, el de colaboración a efectos de que el contrato cumpla con las prestaciones esperadas por las partes, a efectos de que no se vea frustrada la finalidad.

No obstante, esto genera complicaciones en cuanto a la interpretación -en particular- sobre supuestos de extinción, como lo es la rescisión a la cual hace referencia la norma.

3º Expositor/a: Dr. Ricardo Rocca y Dr. Agustín Dufour “Los contratos de larga duración desde la perspectiva de la causa” (Barbier)

La ponencia tiene por objeto el análisis de los contratos de larga duración desde la perspectiva de la causa del contrato, visión que consideramos puede desprenderse de la propia regulación del contrato de larga duración (art. 1011 del CCyC) al decir “de modo que se produzcan los efectos queridos por las partes o se satisfaga la necesidad que las indujo a contratar”.

Desde esa óptica propondremos la mirada del instituto de la adecuación del contrato de larga duración y su vinculación con la satisfacción de la causa del contrato.

4ª Expositor/a: Dr. Leonardo Fernández “Contratos de larga duración y contrato incompleto” (Garrido)

5ª Expositor/a: Dr. Luis Nasso González “El derecho a la renegociación en contratos de consumo de larga duración ¿un nuevo derecho del consumidor?” (Weingarten)

El artículo 1011 del Código Civil y Comercial, concebido originalmente para regular los contratos paritarios de larga duración, plantea interrogantes fundamentales cuando se proyecta sobre las relaciones de consumo. En este tipo de vínculos contractuales, caracterizados por la adhesión a condiciones generales predispuestas y la asimetría negocial, el deber de renegociación trasciende su función meramente conservatoria del vínculo contractual para convertirse en una herramienta de reequilibrio y tutela del consumidor. La renegociación de la norma prevé un proceso de adaptación del contrato calcado sobre la lógica del contrato negociado que desde luego es incompatible con los contratos de consumo.

La aplicación de este instituto alcanza a los contratos de consumo de duración –medicina prepaga, servicios de financiamiento para el consumo, créditos bancarios de largo y mediano plazo bajo diversas modalidades, planes de ahorro, adquisiciones de inmuebles bajo las modalidades de pozo o fideicomisos al costo, contratos de obra, etc– exige una reinterpretación que armonice el principio protectorio consumeril con las particularidades de los vínculos temporalmente dilatados.

La adecuación del contrato de duración en el ámbito del consumo no puede equipararse mecánicamente a la prevista para contratos paritarios, sino que debe articularse con el deber de información reforzado, el control de prácticas abusivas y el principio de reciprocidad en el trato.

Surge así la necesidad de configurar un verdadero derecho de adecuación del contrato, que opere no solo como mecanismo preventivo del daño negocial, sino como instrumento de justicia contractual frente a las alteraciones sobrevinientes que afecten la equivalencia de las prestaciones. Esta perspectiva tripartita del derecho contractual –paritario, adhesión y consumo– demanda nuevos parámetros hermenéuticos que privilegien la equidad por sobre la seguridad jurídica abstracta, reconociendo que en los contratos de consumo de larga duración diversos principios del derecho de los contratos deben relativizarse cuando deviene en instrumento de injusticia contractual.

6ª Expositor/a: Dra. Paula Noelia Bermejo "El preaviso en los contratos de comercialización por terceros" (Armella)

Sabido es que los denominados contratos de comercialización por terceros o contratos de distribución en sentido amplio -sin perjuicio de las particularidades que ostentan cada uno de los contratos que integran esta categoría- tienen como notas características ser contratos con prestaciones recíprocas, de larga duración, de colaboración, de coordinación, además de considerarse fundamental la estabilidad y continuidad del vínculo siendo la confianza un elemento fundamental. A través de estos contratos las empresas buscan obtener una mayor rentabilidad al comercializar sus productos o servicios en el mercado, valiéndose de una organización empresarial autónoma y con independencia patrimonial.

A la hora de analizar el modo en que se lleva a cabo la ruptura de este tipo de vinculación el Código Civil y Comercial de la Nación (CCCN) proporciona una serie de pautas y principios de suma utilidad. Entre estos los principios de buena fe y abuso del derecho mencionados en el Título Preliminar (arts. 9 y 10), como aquellas pautas generales que se proporcionan en la regulación de los contratos en general como la buena fe contractual (art. 961); la prelación normativa (art. 963); la integración contractual (art. 964); el orden de prelación en los contratos innominados (art. 970) –el que resulta de un gran valor para el contrato de distribución sentido estricto-; y lo relativo a los contratos de larga duración (art. 1011)-, entre otras.

Asimismo, son útiles las pautas proporcionadas por los arts. 1077 y 1083 a 1089 que reconocen expresamente la posibilidad de extinguir los contratos con la declaración de una de las partes, a través de la rescisión, o bien, a través de una cláusula resolutoria expresa –frecuentemente incorporadas en los contratos de distribución comercial en los que se contemplan los eventuales incumplimientos- o implícita, así como los supuestos de resolución legalmente autorizados.

Pero sin lugar a dudas resultan de sumo interés las normas que específicamente refieren a los contratos de agencia, concesión y franquicia –a lo que debemos añadir el de distribución en sentido estricto por la remisión prevista en el art. 1511- incorporadas en el Libro Tercero (Derechos Personales), Título IV (Contratos en particular), en sus Capítulos 17 a 19 -específicamente los arts. 1491 a 1494, 1506, 1508, 1509, 1511, 1513, 1516, 1520-. Ciertamente al ser frecuente en estos contratos la utilización de condiciones generales predispuestas, podrían resultar también aplicables los arts. 984 a 987 y lo relativo a las cláusulas abusivas previstas en el art. 988.

Así, la extinción contractual no sólo se puede producir por la rescisión unilateral sin causa -en cuyo caso reviste una importancia fundamental el preaviso-, sino también por la resolución o por el propio vencimiento del contrato, siendo que en estos últimos dos supuestos no estaríamos hablando de preaviso, sin perjuicio de que pudiera corresponder el mismo por la liquidación de obligaciones pendientes.

De allí que, en los contratos de larga duración como son los contratos de comercialización por terceros se prefiera optar por la rescisión unilateral como una “válvula de escape”, en tanto se encuentra sujeta a menores requisitos que la resolución –cuya actividad probatoria resultará de

gran importancia y en tanto no cualquier incumplimiento habilitaría la misma sino aquellos que revistan cierta entidad como- siendo el requisito fundamental: el preaviso.

De modo que la rescisión intempestiva de un contrato de distribución por tiempo indeterminado no es ilegítima en si misma -pues la estabilidad de ningún modo debe confundirse con perpetuidad- siendo que la facultad rescisoria incausada debe ser ejercida en tiempo propio, después de que haya cumplido su finalidad económica, esto es, cuando se le permitió al empresario amortizar las inversiones y obtener un lucro.

Quedará a cargo de los jueces determinar si en los casos que resulte aplicable el CCCN la estimación apriorística de un número específico de meses para establecer el plazo de preaviso - dispuesta en un mes por año de vinculación-, los límites máximos para su determinación -de seis meses- o bien su falta de previsión -como en el caso del contrato de agencia- conforme se establece en la normativa resulta prudente y atinada, o bien, si se pueden juzgar aplicables otras pautas que limiten o restrinjan el periodo de preaviso, en función a las particularidades de cada contrato.

7ª Expositor/a: Dra. Carolina Velardi “El deber de dar oportunidad de renegociar de buena fe en los contratos de duración”

El artículo 1011 del Código Civil y Comercial de la Nación incorpora una figura novedosa referida a los contratos de larga duración. Así, el tercer párrafo del mentado artículo reza: “La parte que decide la rescisión debe dar a la otra la oportunidad razonable de renegociar de buena fe, sin incurrir en ejercicio abusivo de los derechos”.

De la sola lectura de este párrafo identificamos el problema de calificaciones que se suscita tanto en el tipo legal como en la consecuencia jurídica. Para la aplicación de este supuesto es necesario definir términos como “larga duración”, “oportunidad razonable” e incluso “deber dar”; para algunos doctrinarios incluso no es clara la utilización del término rescisión.

Otro problema que se suscita en torno al presente artículo es la factibilidad de su aplicación; si bien se conoce el fundamento tuitivo y la intención de atenuar la asimetría que puede surgir en vínculos prolongados, lo cierto es que se dificulta pensar en que la parte que desea extinguir el vínculo, esté interesada en una renegociación del mismo. También resulta importante definir qué parámetros debemos tener en cuenta para entender que la misma fue razonable.

Los contratos de larga duración, conforme a la doctrina y los Principios UNIDROIT, no se definen solo por su extensión temporal, sino por la complejidad estructural del vínculo y la continuidad relacional entre las partes. Esta categoría abarca tanto contratos a plazo determinado como indeterminado, siempre que exista una necesidad funcional de permanencia, como ocurre en contratos de comercialización o locaciones extensas, entre otros.

La jurisprudencia ha sentado criterios relevantes sobre la razonabilidad del preaviso y el respeto a la inversión realizada, antes del CCCN respecto de los contratos de comercialización. Con su entrada en vigor, el art. 1011 introdujo el deber de dar oportunidad de renegociar de buena fe antes de rescindir, pero su aplicación se vio especialmente en contratos de consumo. Fallos como Butera y Ramírez aplicaron esta norma, aunque con enfoques diversos, confirmando su carácter supletorio y la necesidad de adaptación práctica a cada caso.

La jurisprudencia nos hace pensar entonces en la disponibilidad de esta norma, lo que se adelanta que dependerá del tipo de contrato de larga duración ante el cual estemos. El deber de

ofrecer oportunidad de renegociar de buena fe previo a la rescisión en los contratos de larga duración tiene, en principio, carácter supletorio (arts. 962 y 944 CCyC), por lo que podría ser excluido por las partes, salvo que se vulnere el orden público o se afecten garantías mínimas. En los contratos de comercialización —como franquicia, agencia o suministro— la jurisprudencia y doctrina mayoritaria consideran que el régimen de preaviso específico y el plazo de duración desplaza al artículo 1011 CCyC, aunque siempre debe interpretarse en armonía con los principios de buena fe, conservación del contrato y prohibición del abuso del derecho.

Distinta es la situación en los contratos de consumo. La vulnerabilidad estructural del consumidor impone al proveedor el deber de ofrecer esa instancia de renegociación, que adquiere un carácter imperativo. Así lo ha entendido la jurisprudencia en casos como Butera y Ramírez, donde se ordenó la renegociación como paso previo necesario ante aumentos desproporcionados o rescisión, y cualquier cláusula que pretenda excluirla podría ser considerada abusiva y, por ende, nula. Por el contrario, el consumidor no puede ser compelido a renegociar, ya que ello implicaría un sacrificio de su posición tutelada.

En cuanto a la rescisión, la doctrina mayoritaria entiende que el artículo 1011 alude a una rescisión unilateral e incausada, dado que omite toda clasificación o exigencia causal, diferenciándola de la resolución por frustración del fin o excesiva onerosidad.

La aplicación práctica del deber de ofrecer una "oportunidad razonable de renegociar de buena fe" previsto en el artículo 1011 CCyC plantea interrogantes relevantes. ¿Cómo valorar si esa oportunidad fue realmente otorgada? ¿Es posible oponer la falta de renegociación como defensa ante un intento de rescisión? En ausencia de previsiones contractuales, puede resultar útil tomar como pauta orientativa el precedente Butera, en el que la Cámara Civil y Comercial de Azul estructuró un procedimiento concreto de renegociación extrajudicial, con plazos específicos, exigencias mínimas de formalidad, y deberes recíprocos de colaboración e información. Esta decisión, dictada bajo el principio de buena fe y el respeto por la autonomía de la voluntad, ofrece una herramienta supletoria que podría invocarse para exigir el cumplimiento del deber de renegociación o incluso fundar una medida cautelar frente a una rescisión intempestiva. Así, el caso Butera se erige como una referencia operativa para llenar los vacíos normativos del artículo 1011 y dotarlo de efectividad en la praxis.

Como corolario diremos que el artículo 1011 CCyC introduce un deber innovador pero de contornos difusos. Su aplicación dependerá del tipo de contrato de larga duración ante el que estemos y su efectividad práctica aún exige definiciones más claras.

Break

17:30 a 19:30 horas Panel 3: Contratos de Consumo

Moderador/a: Ximena Parellada (Weingarten)

1º Expositor/a: Dr. Esteban Otero “La autonomía de la voluntad a la luz del DNU 70/2023 y los contratos de consumo” (Barbier)

“Las modificaciones introducidas en el Código Civil y Comercial, a partir de la vigencia de DNU 70/2023, han generado la necesidad de replantearnos y reformular el principio de la libertad de contratación, así como la calificación e interpretación del principio de supletoriedad de las normas que regulan aspectos

relativos a los contratos. Esta realidad nos obliga a preguntarnos si este cambio paradigmático alcanza a los contratos de consumo, o bien, por el contrario, no altera su esencia, ratificando la autonomía de su regulación protectoria por sobre las reglas generales sobre los contratos.”

2º Expositor/a: Dra. María Victoria Wajsman “La protección de las infancias y adolescencias en el derecho de consumo”(Lovece)

“Las nuevas formas de contratación, valiéndose de tecnologías cada vez más accesibles, generan nuevas inquietudes en materia de infancias y adolescencias, su capacidad progresiva y por ende su capacidad contractual. Esto nos lleva a formular nuevos análisis respecto del alcance de las obligaciones de los proveedores en materia de seguridad y publicidad, especialmente en función de problemáticas actuales como los casinos y sitios de apuestas online y el impacto que estos tienen en niños, niñas y adolescentes. Asimismo, nos proponemos realizar algunas observaciones respecto al espacio que estos consumidores doblemente vulnerables (y vulnerados) pueden ocupar en el reclamo por el cumplimiento de sus derechos, en virtud de normativas convencionales y constitucionales, alejándonos de la mirada adultocéntrica que primaba bajo el régimen de infancias anterior.”

3ª Expositor/a: Dr. Gonzalo María Nazar de la Vega “La extensión de responsabilidad en contratos de concesión comercial frente al consumidor” (Leiva- Borda)

“En el contrato de concesión, el concedente debe permitir al concesionario el uso de su marca y otros elementos distintivos para la publicidad y explotación comercial (art. 1503, inc. e, CCyCN). Esta obligación busca reforzar la actividad comercial del concesionario, aprovechando el prestigio de la marca del concedente para mejorar sus posibilidades de éxito en el mercado. El uso de la marca genera confianza contractual en los consumidores, lo cual, bajo el principio de buena fe subjetiva -creencia- (arts. 9 y 961, CCyCN), resulta en una fuente autónoma de obligaciones. Ello significa que, aunque el código limita indirectamente la responsabilidad del concedente (art. 1502 CCyCN), dicha obligación puede abrir la posibilidad paradójica de extender su responsabilidad por las acciones del concesionario frente al consumidor, incluso más allá de lo previsto en el artículo 40 de la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor.”

4ª Expositor/a: Dra. Esther H. Silvia Ferrer de Fernandez "Inteligencia artificial, contratos de consumo y riesgo del desarrollo"(Armella)

La Inteligencia artificial (IA) se presenta como una herramienta valiosa para todo tipo de actividades, haciendo que los usuarios y consumidores interactúen cotidianamente con estos desarrollos.

Frecuentemente, se ofrecen en forma gratuita distintas aplicaciones de IA con el objetivo de ser probadas y dado lo incompleto de los sistemas de testeo de calidad, estos fallan o generan efectos indeseados.

Al respecto, debemos cuestionarnos sobre la información suministrada en los contratos de términos y condiciones de uso de las mismas. Ello pues, las más de las veces, dicha información no satisface los criterios de certeza, claridad y el detalle necesario para lograr un uso seguro.

Todas estas situaciones, hacen que el consumidor se encuentre afectado en sus derechos por la abusividad de las cláusulas a las que adhiere en los términos y condiciones de uso de las plataformas que ofrecen servicios de IA.

Así, estos términos y condiciones se presentan en la contratación clickwrap, prestando el consentimiento por medios electrónicos, a un contrato de adhesión. Sobre este punto, también debemos reflexionar sobre el alcance y validez del consentimiento prestado, especialmente en materia de asunción de riesgos.

Advertiremos, que si bien la IA es una disciplina con un avance exponencial, se combina con la existencia de riesgos del desarrollo. Entendemos por tales, “productos (o servicios) que al momento de su distribución entre los consumidores, son subjetivamente inocuos, considerando los conocimientos y procedimientos técnicos existentes al momento de dicha distribución, pero objetiva y potencialmente nocivos, aunque dicha nocividad no resulta detectable sino en un momento futuro y a merced de la aparición de nuevas técnicas.”

Asimismo, este concepto, en virtud de su marco normativo, puede ser aplicado a los servicios ofrecidos en el mercado cuya calidad y técnicas aplicadas eran consideradas inocuas en base a los métodos de control existentes al momento de ser ofertados, pero que luego se descubre su potencialidad dañosa.

El ofrecimiento masivo de productos y servicios desarrollados con IA, exponen al usuario o consumidor, en algunos casos, a riesgos que no pueden ser comprobados por una falta de pruebas de calidad adecuadas, al momento de lanzarse al mercado. Esta situación configura a la IA como un potencial riesgo del desarrollo.”

5ª Expositor/a : Dr. Leonel Ciliberto “Prescripción en las acciones judiciales de consumo”(Weingarten)

"Se abordará el renacimiento de un nuevo-viejo debate a manos de la reforma de la ley 26.994, las diferentes posturas jurisprudenciales existentes en torno al plazo de prescripción liberatoria aplicable y la solución prevista en el Anteproyecto de Código de Defensa del Consumidor".

6ª Expositor/a: Dr. Sebastián Barocelli “Criptomonedas y contratos de consumo”(Borda)

“El consumidor cripto es aquel sujeto que fuera del marco de la actividad profesional de la persona y sin involucrar la inversión en una actividad lucrativa o proceso productivo, realiza pequeñas inversiones en el mercado como reserva de valor u operaciones de pago en el marco de relaciones de consumo. Los proveedores de servicios de activos digitales son proveedores en los términos del sistema de protección de consumidores en tanto interactúen con ellos en el mercado, y alcanzados, por tanto, por sus normas, principios e instituciones. Las autoridades públicas deben asumir un rol fundamental en la regulación y el monitoreo del mercado de criptomonedas en pos de la protección de los consumidores, promoviendo la transparencia y la protección de los derechos de los consumidores, el combate a las prácticas abusivas, el acceso a condiciones de atención y trato digno y equitativo, la promoción de la educación e información de consumidores, el acceso a vías eficaces de prevención y resolución de conflictos y fortalecer la cooperación internacional en la materia.”

Viernes 13

11:00 a 13:00 horas Panel 4: Incumplimientos contractuales a la luz de los cambios legislativos

Moderador/a: Dr. Juan Cruz Turdo (Leiva- Borda)

1ª Expositor/a: Dr. Lucas P. Leiva Fernández “El desagio en los contratos y sus implicancias” (Leiva- Borda)

El desagio en los contratos y sus implicancias frente al Pacta Sunt Servanda.

¿El desagio es un mal necesario?

Ocurrió históricamente en la Argentina en el año 1985 mediante el decreto 1096, donde se puso en marcha el Plan Austral. Allí, se modificó el signo monetario pasando de peso argentino a austral. Pero, lo más importante es que se estableció el “desagio”, un sistema de conversión de las obligaciones a plazo a un

monto nominal menor al pactado a fin de que el descenso abrupto de la inflación que se preveía, y que efectivamente se verificó en una primera etapa, no implicara un enriquecimiento sin causa para los acreedores, pues, los contratos pactados poseían una estimación de desvalorización de la moneda muy superior a la que ocurría con la baja inflacionaria.

Este puede ser, el nuevo rumbo al que se dirige el país. El quid es: ¿Corresponde, inmiscuirse en lo previsto por las partes?

2º Expositor/a: Dr. Martín Debrabandere “Reflexiones sobre los cambios normativos y el incumplimiento contractual” (Garrido)

Reflexiones ante cambios normativos e incumplimientos contractuales genéricos y específicos. Cambios legislativos, en particular, el decreto N° 55/2025 y su impacto en los incumplimientos contractuales de empresas proveedoras de bienes y servicios. Análisis de acceso a sistemas alternativos de solución de conflictos y Justicia en el ámbito de la CABA. Análisis de los principales incumplimientos contractuales y herramientas vigentes por los consumidores en ámbito de CABA.

3ª Expositor/a: Dr. Santiago Dabove “La nueva legislación y el retorno a la ley de la selva contractual” (Lovece)

“El impacto que las modificaciones legislativas/ ley de Bases/ Dec 70/2023 han provocado en materia contractual. El retroceso que esta legislación implica en materia contractual nos lleva a las concepciones mas ultra liberales del contrato, tal y como era concebido por el codificador de 1871 (Código de Vélez). Visión crítica. Una vuelta a la concepción de un modelo de contrato como herramienta reguladora del mercado y de la redistribución de la riqueza. Los principios generales del derecho, la imprevisión, la lesión, el art 42 y 43 de la CN, como remedios eficaces contra la "Ley de la Selva Contractual".

El objetivo es mostrar cuales son los institutos jurídicos a los cuales aún podemos recurrir a fin de preservar una idea tutelar del derecho de los mas débiles en las relaciones contractuales, mostrando ejemplos concretos de aplicación de estos instrumentos legales a contratos específicos”.

4ª Expositor/a: Dr. Ariel Crespo “Problemática del incumplimiento en la normativa reciente” (Zentner)

“Se propone como punto inicial de la exposición, un cambio de óptica acerca del estudio de la ruptura del vínculo jurídico entre el acreedor y el deudor, abordando la cuestión ya no desde la tradicional mirada del accipiens y sus prerrogativas, sino desde la especial hipótesis del “sobreendeudamiento”, como una de las posibles causas del incumplimiento obligacional.

En ese marco, se abordará en particular la situación de los consumidores y sujetos hipervulnerables sobreendeudados, mediante el relato y el análisis de un caso real que dejará en evidencia esta problemática de extraordinaria actualidad en nuestro país, como así también, la falta de una solución integral en nuestro plexo normativo subconstitucional.

Entre los antecedentes para arribar a una solución, se citarán estadísticas recientes que revelan una preocupante realidad: y es que gran parte de los hogares de bajos y medianos ingresos en la Argentina, acuden a préstamos (mutuos) y/o financiamientos irregulares con altas tasas de interés y condiciones abusivas, para poder cubrir necesidades básicas (alimentación, salud y educación), ingresando así a un espiral ascendente de endeudamiento, que no cuenta con un remedio legal eficiente en los existentes sistemas y procedimientos en el Poder Judicial y/o la Administración Pública.

Se destacarán así, interesantes proyectos legislativos que no han prosperado, o normas administrativas que fueron expresa o tácitamente derogadas a la luz de la actividad desreguladora hoy desplegada desde el Estado mismo.

Ante esta insuficiencia del ordenamiento jurídico frente la problemática planteada, el objetivo de este trabajo consiste en retomar la senda intentada por esos antecedentes normativos, proponiendo una regulación integral, ágil y protectoria con miras a prevenir y resolver los conflictos suscitados en esta materia, en consonancia con las previsiones constitucionales del Derecho del Consumidor”.

5ª Expositor/a: Dra. María Teresa Gianelli “La ausencia del incumplimiento en los contratos autoejecutables o smart contracts” (Barbier)

El tiempo es el bien más escaso del hombre. La tecnología intenta brindar la velocidad y simplificación necesaria a la vida del hombre a fin que pueda maximizar su tiempo. Los contratos inteligentes representan soluciones a los problemas de incumplimiento contractual. El derecho no puede ir en contra del avance de la tecnología, debemos evaluar la forma de incorporar la automatización algunos contratos como vehículo a la automatización plena en un futuro cercano a fin de que dejen de convivir las distintas velocidades que hoy gobiernan nuestra vida. Las automatizaciones deberían implementarse en una primera etapa en los contratos de adhesión y conexos como garantía de cumplimiento a los consumidores (ejemplo: a través de la inclusión de cláusulas que habiliten la auto ejecución en caso de incumplimiento de las prestaciones contratadas). Una vez abarcado el segmento de contratos de mayor volumen que involucra a los consumidores la implementación en los demás segmentos será mucho más simple. La ausencia de incumplimiento en los Smart contracts deberá ser evaluada frente al posible incremento de acciones judiciales ex post a la ejecución del contrato paritario junto con la baja de reclamos de los consumidores ante las autoridades de aplicación de la Ley de Defensa del Consumidor.

6ª Expositor/a: Dra. Lorena Maggio “La locación en los tiempos del DNU 70/2023” (Weingarten)

El Decreto de Necesidad y Urgencia (DNU) 70/23, conocido como "Bases para la Reconstrucción de la Economía Argentina", fue publicado el 21 de diciembre de 2023 y entró en vigencia el 29 de diciembre de ese año. Entre las disposiciones que abarca deroga la Ley de Alquileres, introduciendo la "libertad de contratación" que permite a inquilinos y propietarios pactar libremente las condiciones de los contratos de locación, incluyendo la forma de pago, la moneda, los pagos adelantados, la garantía, periodicidad de los ajustes, la duración del contrato y la indemnización por rescisión.

La desregulación de los alquileres, producto de la derogación de la ley 27.737 ha permitido una mayor flexibilidad en la negociación, pero también ha generado dudas y problemas.

Por ello, es importante tener presente al momento de celebrar el contrato, que acordar detalladamente y con el asesoramiento correspondiente las estipulaciones que conforman el contrato de locación, permitirá mayor claridad en el vínculo contractual. Se debe tener en cuenta que en virtud de la entrada en vigencia del DNU, cada cláusula convenida cobrará vital importancia para el supuesto de invocar un incumplimiento tanto por parte del locatario, como por parte del locador; derivando en la resolución del contrato, como en la obligación de pagar una indemnización, y también daños y perjuicios.

Si bien existen acciones judiciales pendientes de resolución respecto de la constitucionalidad del DNU 70/23, lo cierto es que actualmente se encuentra vigente, y además de derogar la ley de alquileres, también

ha estableciendo modificaciones normativas en el contrato de locación regulado en el Código Civil y Comercial.

Sin perjuicio de lo expuesto debe tenerse presente la teoría de la reviviscencia de la norma, y la existencia de herramientas normativas que se encuentran en la Constitución Nacional y en el Código Civil y Comercial; las que sin lugar a dudas contribuyen a regular el desequilibrio que eventualmente se generase entre las partes.

Es importante que el ordenamiento jurídico acompañe los cambios sociales, pero sin que ello implique la vulnerabilidad de derechos.

Break Almuerzo

15:00 a 17:00 horas Panel 5: Cuestiones derivadas del uso de la tecnología

Moderador/a: Dra. Natalia Maques Battaglia (Lovece)

1ª Expositor/a: Dr. Roberto Grané “Expresión del consentimiento y tecnología”(Zentner)

“Los contratos son un regulador esencial de las relaciones comerciales y sociales. El uso creciente de la inteligencia artificial (IA) en la contratación no plantea desafíos significativos para el derecho contractual. A través de un enfoque funcional, tanto la doctrina contractual del derecho civil como la del common law se adaptan bien al uso de la IA en las relaciones contractuales.

Sin embargo, los riesgos que presenta exigen una revisión profunda de la doctrina contractual argentina, especialmente para promover la transparencia, la responsabilidad y proteger a las partes vulnerables.”

2º Expositor/a: Dr. Jorge Velázquez “ Contratos por medios electrónicos, aceptación por medio de emojis” (Barbier)

“Los distintos avances tecnológicos producidos en los últimos años han obligado a replantear nuestro derecho, a partir de un moderno plexo normativo que se ajuste a este nuevo paradigma, y los contratos no son la excepción. Hoy dichos convenios ya no se encuentran escritos en un papel y sus firmas no son ológrafas como eran antiguamente. En la actualidad estos son reemplazados por instrumentos digitales, y su aceptación se realiza mediante un simple clic o un emoji con el pulgar hacia arriba.”

3º Expositor/a: Dr. Gustavo Caramelo “Inteligencia artificial y sesgos de género en la evaluación crediticia”(Barbier)

“Se ha verificado que el empleo de Inteligencia Artificial en los sistemas de evaluación de riesgo crediticio por empresas financieras y de tarjetas de crédito arroja resultados que dan cuenta de sesgos de género que discriminan en perjuicio de consumidoras mujeres.

Dado que tales sistemas han sido entrenados con base a criterios e información generada por esos mismos proveedores, tal circunstancia pone en evidencia la existencia de rasgos de discriminación intrínseca del sistema, que deben ser corregidos para generar criterios adecuados, desde una perspectiva estructural del principio de igualdad.

Se expondrá un caso paradigmático de la aplicación de tal sesgo y, con base en él, se explicará cómo operan los sistemas de evaluación de IA y qué recaudos deberían aplicarse en su diseño y entrenamiento, para evitar situaciones discriminatorias en las relaciones de consumo de las que participan proveedores de recursos financieros”.

4º Expositor/a: Dra. Vanesa Soledad Jagou “Incumplimiento y responsabilidad de las plataformas de comercio electrónico” (Borda ex Leiva)

I. Introducción. — II. Funcionamiento básico del comercio electrónico y posible subsunción o encuadre legal en materia obligacional y contractual. — III. Relación de consumo: La plataforma digital es proveedora. — IV. Vigencia del principio de neutralidad en materia de responsabilidad de las plataformas. Reemplazo por el criterio de las obligaciones de medios y de resultado en el ámbito de la responsabilidad obligacional o contractual. — V. ¿Se puede exigir el cumplimiento de la prestación a la plataforma que no es parte del contrato de provisión de bienes o servicios? — VI. Actividades que desarrolla la plataforma más allá de la mera intermediación. Hacia un criterio legal de participación relevante. — VII. Conclusiones.

5ª Expositor/a: Dr. Juan Martín Brun “Web 3, tokenización y contratos” (Lovece)

El tema propuesto para el Panel 5: “Cuestiones derivadas del uso de la tecnología”, el cual titulé como “Web 3.0, Tokenización y Contratos” buscará examinar el cambio que están produciendo la conjunción de estos tres conceptos en el ámbito del derecho y su implicancia en el mundo contractual.

En primer lugar, se abordará cómo la “Web 3.0”, al promover la descentralización y la eliminación de intermediarios, redefine el rol de los contratos, que ahora podrán ejecutarse de manera automática mediante “smart contracts” alojados en la “blockchain”. Estos “contratos digitales”, que se activan automáticamente al cumplirse ciertas condiciones, garantizarían -en principio- mayor seguridad, transparencia y reducción de costos. Se explorará también las implicancias de la “tokenización de activos”, fenómeno que permite representar digitalmente bienes reales o intangibles, creando nuevas oportunidades de inversión y transacción en mercados más accesibles y dinámicos.

En el ámbito del derecho del consumidor, se analizarán los desafíos relacionados con el deber de información y la comprensión de contratos escritos en código, lo que podría generar mayores asimetrías informativas y riesgos de seguridad para los consumidores. Asimismo, se intentará abordar y discutir sucintamente sobre las responsabilidades y retos regulatorios que surgen en este entorno digital descentralizado, dado que las normas tradicionales resultarían insuficientes para garantizar la protección de los derechos.

Finalmente, se planteará la necesidad de una adaptación tanto en el ejercicio profesional del derecho como en su enseñanza, subrayando que los futuros abogados deberán adquirir competencias tecnológicas para afrontar los retos y oportunidades que indudablemente ofrecerá este nuevo ecosistema digital.

En términos generales, y dentro del limitado marco de tiempo asignado, se buscará reflexionar sobre cómo garantizar que las innovaciones tecnológicas no erosionen las protecciones jurídicas, y cómo el derecho debería evolucionar para acompañar los cambios que se vienen.”

6ª Expositor/a: Dra. María Belén Huber “El consumidor financiero a la luz de las nuevas plataformas de inversión y su marco regulatorio”. (Zentner)

“Delimitar el alcance de la noción consumidor financiero y de servicios bursátiles en el marco de las nuevas plataformas bancarias y de inversión que aceleró el acercamiento a productos y servicios financieros y bursátiles a público no especializado y su contracara: el escaso marco regulatorio.”

7ª Expositor/a: Dr. Juan Ottati Paz “Plataformas digitales y derecho” (Weingarten)

La disertación abordará el fenómeno de las plataformas digitales desde una perspectiva jurídica crítica, explorando su impacto disruptivo en el Derecho de los Contratos. Se analizarán las redes sociales como reproductoras de sesgos cognitivos y su efecto en la confianza institucional, así como el uso de cláusulas abusivas en plataformas de consumo masivo. Finalmente, se examinará el rol de la inteligencia artificial generativa y los modelos de lenguaje en la transformación del análisis jurídico y económico, con especial atención a los desafíos regulatorios emergentes.

8ª Expositor/a: Dr. Salvador Francisco Etchevers "Los contratos en entornos digitales y la autonomía de la voluntad"(Armella)

La autonomía de la voluntad es un concepto del liberalismo que acentuó un proceso de industrialización apoyado en base al trabajo humano primigeniamente y luego al trabajo de humanos en interrelación con la tecnología.

El mundo digital ha transformado el paradigma de la autonomía de la voluntad, reduciendo su concepto a un algoritmo, entonces es válido preguntarse que es la autonomía de la voluntad ante la IA generativa, la publicidad intrusiva y personalizada y cual es el límite que el derecho debe establecer ante este nuevo paradigma.

9ª Expositor/a: Dr. Andrés Nicolás Beltramo “Aplicaciones prometedoras de la IA para el derecho de los contratos” (Garrido)

“Hace años que las denominadas tecnologías disruptivas son objeto de estudio por quienes nos dedicamos al derecho, muchas veces por la incertidumbre que generan en relación al status quo: Internet, el e-commerce, las redes sociales, vehículos autónomos, criptoactivos y, más recientemente, la inteligencia artificial (IA). Esta última tecnología mencionada y sin perjuicio de sus desafíos para el derecho en general y para el derecho de los contratos en particular, se presenta cada vez más como indispensable para la caja de herramientas de quienes ejercemos el derecho. En este sentido, se registra un uso considerable de la IA en la redacción, ejecución, e interpretación de los contratos, así como en la resolución de conflictos de contratos y la elaboración de sentencias. La exposición pretende abordar brevemente estas distintas aplicaciones concretas de la IA vinculadas al fenómeno contractual, con especial énfasis en la utilización de los Modelos de Lenguaje Extenso (LLMs por sus siglas en inglés) en la interpretación de los contratos mediante el enfoque denominado «interpretación generativa».
Keywords: Contratos civiles y comerciales, inteligencia artificial, IA, interpretación de los contratos”

17:30 horas Intercambio reflexivo a cargo de los Profesores Titulares

Moderador/a: Dra. Silvana Cristina Vivó (Armella)

Dra. Lidia Garrido Cordobera

Dr. Diego Zentner

Dra. Cristina Armella

Dr. Oscar Ameal

Dr. Alejandro Borda

Dra. Celia Weingarten

Dra. Graciela Lovece

Coordinación Académica

Dras. M. Carolina Gatto, Sabrina Herrera, Ximena Parellada y M. Victoria Wajsman