



PROYECTO DE LEY

PROMOCIÓN O DIFUSIÓN DE OFERTAS ENGAÑOSAS POR MEDIOS DIGITALES

Artículo 1°.- Se incorpora el artículo 95 bis al Anexo A de la Ley N° 1472, Código Contravencional de la Ciudad de Buenos Aires (Texto Consolidado por Ley N° 6764), con el siguiente texto:

“Artículo 95 bis - Promoción o difusión de ofertas engañosas por medios electrónicos – Quien, aún sin ser beneficiario de la operación ilícita, promoció o difundió por medios electrónicos, ofertas de bienes y/o servicios que deriven en la vulneración de los derechos del consumidor, es sancionado/a con multa de ciento sesenta (160) a cuatrocientas (400) unidades fijas, o uno (1) a quince (15) días de trabajo de utilidad pública, o arresto de cinco (5) a quince (15) días.”

Artículo 2°.- Quien, aún sin ser beneficiario de la operación ilícita, promoció o difundió por medios electrónicos, ofertas de bienes y/o servicios que deriven en la vulneración de los derechos del consumidor, y se pueda comprobar la relación directa entre su promoción y la acción de consumo de un tercero, es solidariamente responsable con el proveedor, en la relación de consumo, y sujeto al procedimiento previsto en la Ley N° 757.

Artículo 3°.- Comuníquese, etc.



FUNDAMENTOS

Señora Presidente:

El artículo 42 de la Constitución Nacional establece que “Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno. Las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios. La legislación establecerá procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos, y los marcos regulatorios de los servicios públicos de competencia nacional, previendo la necesaria participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y de las provincias interesadas, en los organismos de control”

Asimismo, el artículo 46 de nuestra Constitución local establece que: “La Ciudad garantiza la defensa de los consumidores y usuarios de bienes y servicios, en su relación de consumo, contra la distorsión de los mercados y el control de los monopolios que los afecten. / Protege la salud, la seguridad y el patrimonio de los consumidores y usuarios, asegurándoles trato equitativo, libertad de elección y el acceso a la información transparente, adecuada, veraz y oportuna, y sanciona los mensajes publicitarios que distorsionen su voluntad de compra mediante técnicas que la ley determine como inadecuadas. / Debe dictar una ley que regule la propaganda que pueda inducir a conductas adictivas o perjudiciales o promover la automedicación. / Ejerce poder de policía en materia de consumo de todos los bienes y servicios comercializados en la Ciudad, en especial en seguridad alimentaria y de medicamentos. / El Ente Único Regulador de los Servicios Públicos promueve mecanismos de participación de usuarios y consumidores de servicios públicos de acuerdo a lo que reglamente la ley.

De lo dicho se advierte que existe una obligación, por parte de los poderes públicos, de perseguir aquellas conductas que atentan contra los consumidores de bienes y servicios, cuando se ven vulnerados sus derechos.

En este contexto, adquiere relevancia el surgimiento de modalidades de difusión y promoción de ofertas de bienes y servicios, a través de redes sociales y mediante la participación de “influencers” o personalidades públicas destacadas, que por su masividad y reconocimiento, suelen ser determinantes para que se concreten las relaciones de consumo. Ahora bien, estas nuevas modalidades de difusión y promoción carecen de regulaciones sancionatorias para aquellos casos en que son ejercidas con negligencia o mala fe.

En efecto, el esquema vigente de persecución de este tipo de conductas ha sido dirigido exclusivamente contra los responsables de la “producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución y comercialización de bienes y servicios, destinados a consumidores o usuarios”¹; sin embargo, resulta necesario adaptar las normas a la evolución de la cultura comunicacional que se expresa a través de las nuevas tecnologías.

¹ ARTICULO 2º, LEY 24.241 — PROVEEDOR. Es la persona física o jurídica de naturaleza pública o privada, que desarrolla de manera profesional, aun ocasionalmente, actividades de producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución y comercialización de bienes y servicios, destinados a consumidores o usuarios. Todo proveedor está obligado al cumplimiento de la presente ley.

No están comprendidos en esta ley los servicios de profesionales liberales que requieran para su ejercicio título universitario y matrícula otorgada por colegios profesionales reconocidos oficialmente o autoridad facultada para ello, pero sí la publicidad que se haga de su ofrecimiento. Ante la presentación de denuncias, que no se vinculen con la publicidad de los servicios, presentadas por los usuarios y consumidores, la autoridad de aplicación de esta ley informará al denunciante sobre el ente que controle la respectiva matrícula a los efectos de su tramitación.

ARTICULO 3º, LEY 24.241 — Relación de consumo. Integración normativa. Preeminencia. Relación de consumo es el vínculo jurídico entre el proveedor y el consumidor o usuario. Las disposiciones de esta ley se integran con las normas generales y especiales aplicables a las relaciones de consumo, en particular la Ley Nº 25.156 de Defensa de la Competencia y la Ley Nº 22.802 de Lealtad Comercial o las que en el futuro las reemplacen. En caso de duda sobre la interpretación de los principios que establece esta ley prevalecerá la más favorable al consumidor. Las relaciones de consumo se rigen por el régimen establecido en esta ley y sus reglamentaciones sin perjuicio de que el proveedor, por la actividad que desarrolle, esté alcanzado asimismo por otra normativa específica.



En efecto, las difusiones o promociones de ofertas engañosas por medios electrónicos, vulgarmente conocidas como “estafas digitales”, constituyen conductas lesivas de la confianza pública en las nuevas tecnologías, como vía de acceso a bienes y servicios, por parte de los consumidores.

Estas conductas, habitualmente a cargo de “influencers” y personalidades públicas de todo tipo, son una amenaza para el desarrollo del comercio digital y, por lo tanto, para la actividad comercial.

Con este proyecto, se pretende sancionar a aquellos que den publicidad a este tipo de ofertas ilícitas, independientemente del grado de involucramiento que tengan con dichas operaciones, en el entendimiento de que, quien es tentado para difundir o promocionar una actividad comercial, debe - previamente- cerciorarse sobre la licitud de la operación comercial que va a difundir o promocionar.

De esta manera, mediante la presente iniciativa, se apunta, por un lado, a la creación de un tipo contravencional que sancione judicialmente la conducta de difundir o promocionar ofertas engañosas por medios electrónicos y, por otro, a la atribución de responsabilidad administrativa derivada de la aplicación de normas de defensa del consumidor.

Cabe destacar, asimismo, que la Ciudad posee atribuciones concurrentes, junto con la Nación, en la materia que nos ocupa, de modo que resulta perfectamente ajustado al orden constitucional, que esta Legislatura establezca la atribución de responsabilidad por ilícitos en materia de defensa del consumidor, a un sujeto no incluido en el artículo 2º de la Ley Nacional 24.241.

En efecto, la doctrina ha sostenido que “...en atención al régimen federal del Estado Argentino, la competencia en materia de protección de los consumidores es competencia concurrente entre el Estado Federal y los estados locales, por no constituir una materia delegada por las provincias a la Nación (arts. 121 y 126 CN). En este punto la legislación emanada por el Congreso Nacional en materia de derechos de los consumidores es un “ piso mínimo uniforme” aplicable a todo el territorio nacional, sin necesidad de adhesión por las legislaturas locales, las cuales, sin embargo, pueden ampliar, reglamentar e implementar en el marco de sus competencias.”²

Por todo lo expuesto, solicito a mis pares que acompañen la sanción del presente proyecto de ley.

² EL ESTADO Y LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES. UNA MIRADA DESDE LA EXPERIENCIA ARGENTINA”, Barochelli, Sergio Sebastián, 24/09/2018 (https://www.pensamientocivil.com.ar/doctrina/3811-estado-y-proteccion-consumidores-una-mirada-experiencia-argentina#_ftnref1)