

¿RESPONSABILIDAD POR DISEÑO? DARK PATTERNS COMO NUEVA FRONTERA DEL RIESGO DIGITAL

LIABILITY BY DESIGN? DARK PATTERNS AS A NEW FRONTIER OF DIGITAL RISK

Marcelo Carlos Quaglia*

Resumen: Los *dark patterns* - técnicas de diseño de interfaces que manipulan decisiones - generan riesgos propios de la contratación digital: consentimientos viciados, costos ocultos, enrolamientos no deseados y cancelaciones frustradas. Este trabajo integra la teoría general de la responsabilidad civil con la práctica regulatoria, para delinear remedios y estándares probatorios idóneos: responsabilidad por diseño, daños punitivos y morales, nulidad/inoponibilidad del consentimiento manipulado, carga dinámica de la prueba y medidas de prevención.

Palabras clave: Responsabilidad civil. Daño. Dark patterns. Contratación digital. Consentimiento.

Abstract: Dark patterns—interface design techniques that manipulate user decisions—create specific risks in digital contracting, including vitiated consent, hidden costs, unintended enrollment, and frustrated cancellations. This paper reframes the issue through the lens of civil liability, combining with recent regulatory. It proposes suitable remedies and evidentiary standards: design-based liability, punitive and moral damages, nullity/inopposability of manipulated consent, dynamic burden of proof on providers, and prevention measures.

Keywords: Civil liability. Damages. Dark patterns. Digital contracting. Consent.

Sumario: Introducción. 1. La necesidad de regular el fenómeno: Ley de Equidad Digital de la Unión Europea. 2. Los patrones oscuros: supuestos de responsabilidad por diseño con base en los principios generales. 3. Consideraciones finales. Referencias.

INTRODUCCIÓN

La denominación “patrones oscuros” o “*dark patterns*” (también denominados “*evil nudges*”) fue desarrollada por Harry Brignull en el 2010, refiriendo a estrategias que desarrollan los sitios web o aplicaciones con el objetivo de llevar al usuario a realizar una acción que, en un principio, no tenía pensado hacer y que, usualmente, no lo favorece.

Conforme los define la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en su publicación de octubre de 2022 denominada “*Dark Commercial Patterns*”¹, puede caracterizárselos como

* Profesor especializado en Derecho del Consumidor y Contratos. Posee una Maestría en Derecho Empresario por la Universidad Austral (UA) y una especialización en Derecho de Daños por la Universidad Católica Argentina (UCA). Actualmente, se desempeña como Director de la Carrera de Especialización en Magistratura en la UCA. Además, es Juez en lo Civil y Comercial en la provincia de Santa Fe. Su experiencia académica y profesional se centra en la protección del consumidor, el derecho contractual y cuestiones judiciales. E-mail: marceloquaglia@hotmail.com ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-7945-5006>.

¹ OCDE. Patrones comerciales oscuros. *OECD Digital Economy Papers*, París: OECD Publishing, n. 336, 2022. Disponible en: <https://doi.org/10.1787/44f5e846-en>.

“prácticas comerciales que emplean elementos de la arquitectura de elección digital, en particular en interfaces de usuario en línea, que subvierten o perjudican la autonomía, la toma de decisiones o la capacidad de elección del consumidor. A menudo engañan, coaccionan o manipulan a los consumidores y es probable que causen un perjuicio directo o indirecto al consumidor de diversas maneras, aunque puede ser difícil o imposible medir dicho perjuicio en muchos casos”².

Referimos así a una amplia variedad de prácticas, usualmente contenidas en plataformas, aplicaciones, juegos u otras interfaces de usuario en línea que llevan al consumidor a tomar decisiones que pueden no ser las más convenientes, incluso explotando sus prejuicios o sesgos. El documento de la OCDE citado, enuncia como supuestos más frecuentes aquellos que implican enmarcar (preseleccionar opciones por defecto o darles prioridad visual, ocultar información o disfrazar anuncios); crear una sensación de urgencia (mediante indicaciones de escasez potencialmente engañosas); generar una prueba social (mediante indicaciones de popularidad potencialmente engañosas); forzar el registro o la revelación de información; insistir para que se tome una decisión; o dificultar la cancelación o la exclusión voluntaria³.

Es usual que a través de estas prácticas se busque (y se consiga) que el usuario abone más dinero del que pensaba, brinde datos personales o entregue más tiempo de atención del deseado.

Harry Brignull creó una página (<https://www.deceptive.design/>) con información vinculada a la cuestión (y que recomendamos consultar) donde hay referencias a varios casos jurisprudenciales y normas de derecho comparado vinculados a la temática. En dicho sitio se ha creado un “Salón de la Vergüenza” (*Hall of Shame*) donde pueden denunciarse supuestos de patrones oscuros, contando actualmente 816 casos (a la fecha el “podio” está encabezado por Amazon – con 35 patrones oscuros-, Google -32- y Microsoft -29-)⁴.

En la misma línea, Brignull ha desarrollado una página referida a los patrones oscuros contenidos en video juegos (<https://www.darkpattern.games/>), cuestión de evidentemente mayor sensibilidad ya que en este caso dichos patrones están dirigidos usualmente a los niños, niñas y adolescentes, sujetos que claramente debemos calificar como consumidores en situación vulnerable y de desventaja o hipervulnerables⁵.

Destaca con acierto Frustagli⁶ que los patrones oscuros afectan la autonomía del consumidor, la toma de decisiones libres e informadas. Ello, evidentemente (continúa la autora) contraría el derecho fundamental a la libertad de elección (art. 42 CN), y contradice la prohibición general del artículo 1099 del

² Traducción realizada con la versión gratuita del traductor de IA DeepL.com

³ Traducción realizada con la versión gratuita del traductor de IA DeepL.com

⁴ Disponible en: <https://www.deceptive.design/hall-of-shame>.

⁵ Con relación a esta cuestión se recomienda consultar el excelente trabajo de ROJO, Martina; “Novedades de la protección del consumidor en EEUU: el caso Fortnite y los dark patterns” en Revista de Derecho del Consumidor, Edición Especial - XXV Congreso Argentino de Derecho del Consumidor, IJ Editores, 11/09/2023, Cita: IJ-IV-DCCCXXI-442.

El opúsculo refiere al acuerdo que aceptó la empresa “Epic Games” (desarrolladora del mundialmente conocido juego en línea “Fortnite”) con la Federal Trade Commission de EEUU, abonando una compensación de \$ 245 millones de dólares con más una multa de \$275 millones de dólares (por violación de la Ley de Protección de Privacidad para Niños), atento haber utilizado dark patterns para inducir a los jugadores a efectuar compras no deseadas y dificultando o imposibilitando la cancelación de los cargos generados y, naturalmente, cesando en su conducta.

⁶ FRUSTAGLI, Sandra A. Prácticas desleales y abusivas en entornos digitales: A propósito de los patrones oscuros o “dark patterns”. *Revista de Derecho del Consumidor*, n. 17, 19 nov. 2024. Cita: IJ-V-CMXX-372.

Código Civil y Comercial.

En estas líneas procuraremos centrar el análisis de este fenómeno desde la óptica de la responsabilidad civil: los *dark patterns* transforman la interfaz en instrumento de riesgo para el consumidor, con el potencial de generar daños patrimoniales y extrapatrimoniales y, como hemos destacado, lesionar su libertad de elección.

Sobre esa base, pretendemos proponer una relectura de la responsabilidad civil en clave digital.

1. LA NECESIDAD DE REGULAR EL FENÓMENO: LEY DE EQUITAD DIGITAL DE LA UNIÓN EUROPEA

La temática abordada se vincula con la creciente preocupación por la falta de equidad para los consumidores en el mundo digital y fue asumida por la "Nueva Agenda del Consumidor 2020-2025", iniciativa de la Comisión Europea para empoderar a los consumidores en un mercado único más verde y digital, centrándose en la transición ecológica, la transformación digital, la aplicación de derechos, las necesidades de grupos vulnerables y la cooperación internacional.

Esta agenda ha evolucionado hacia la Agenda del Consumidor 2030, que continúa estos objetivos, añadiendo un fuerte enfoque en la Equidad Digital y donde se procura que adquiera un rol protagónica la futura Ley de Equidad Digital, entre otras herramientas⁷.

En este sentido se evidenció que la aplicación de las normas de protección del consumidor en el ámbito digital se ha complejizado, en conjunción con otra legislación digital (en particular, la Ley de Servicios Digitales y la Ley de Mercados Digitales), indicando la necesidad de adoptar nuevas medidas para garantizar dicha tutela en coherencia con las normas ya vigentes.

De esta forma, la presidente de la Comisión Europea, von der Leyen, le solicitó a Michael McGrath (comisario de la UE para la Democracia, la Justicia, el Estado de Derecho y la Protección del Consumidor) que desarrollara una Ley de Equidad Digital para abordar las técnicas poco éticas y las prácticas comerciales relacionadas con el diseño de interfaz manipulador (patrones oscuros), el marketing engañoso por parte de personas influyentes en las redes sociales, el diseño adictivo de productos digitales y la elaboración de perfiles en línea, especialmente cuando se explotan las vulnerabilidades de los consumidores con fines comerciales.

De esta forma, la Ley de Equidad Digital (DFA) complementará leyes digitales clave de la UE, como el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), la Ley de Servicios Digitales (DSA), la Ley de Mercados Digitales (DMA) y la Ley de Inteligencia Artificial de la UE, centrándose en las prácticas entre empresas y consumidores (B2C).

Actualmente se estima que se publicará una propuesta legislativa entre el tercer y cuarto

⁷ Disponible en: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/consumers/consumer-protection-policy/2030-consumer-agenda_es.

trimestre de 2026. Naturalmente la pregunta que nos convoca es, ¿qué hacer mientras tanto? ¿puede tutelarse al consumidor aún sin contar con estas herramientas?

2. LOS PATRONES OSCUROS: SUPUESTOS DE RESPONSABILIDAD POR DISEÑO CON BASE EN LOS PRINCIPIOS GENERALES

Como hemos reseñado los *dark patterns* procuran la elaboración de diseños manipulativos del sujeto, los que trasuntan su calidad en la de objeto del mensaje, vulnerando los principios de la buena fe, la información y la lealtad comercial y, fundamentalmente, atentan contra la dignidad de la persona humana.

De esta manera, y sin perjuicio de la conveniencia de su regulación y contención a través de normativa expresa (y abierta dada la mutabilidad y variabilidad del fenómeno), entendemos que existen herramientas, institutos y principios (como los reseñados precedentemente) que permiten, en algunos supuestos demandando un esfuerzo del operador jurídico (tanto del abogado como del juez o autoridad de aplicación), sancionar las inconductas que puedan producirse y/o prevenir el daño que se pretende generar⁸.

En este sentido, dada la calidad profesional de los creadores de estas herramientas, el factor de atribución de la responsabilidad podrá calificarse como objetivo, sin perjuicio de acreditarse (o presumirse) la configuración de culpa grave o dolo (que habilitarían la imposición de daño punitivo) en determinados supuestos (vg. cuando el proveedor implementa flujos que dificultan la baja del servicio contratado u ocultan costos).

Asimismo, y más allá de la doble función preventiva y sancionatoria del daño punitivo, también podrán plantearse medidas tendientes a la prevención del daño (por ej. un mandato de ajuste de la interfaz).

Los supuestos fácticos son innumerables, y responderán a la creatividad de cada operador o

⁸ En otro trabajo (QUAGLIA, Marcelo C.; “El derecho a la salud mental y las neurotecnologías: una visión desde la óptica de la tutela a la persona consumidora”, en “Derecho, Innovación & Desarrollo Sustentable”, Rev. de El Derecho, Nro. 25, Junio 2025, p. 9, Cita Digital: ED-VI-CCXVII-227) ya hemos reseñado que, ante estos nuevos fenómenos digitales, pueden presentarse diferentes vallas de contención.

De esta forma, usualmente la primera respuesta se configura en el marco de la llamada autorregulación, que no es otra cosa que la capacidad de regularse a sí mismo con que cuenta una organización, entidad o persona.

Más allá de la utilidad de esta herramienta (generalmente plasmada en la configuración de códigos de ética o protocolos específicos de actuación a través de entidades que representan el sector), especialmente en los albores de los nuevos fenómenos a ponderar y considerando la ausencia de pautas objetivas o concretas en la materia, entendemos que el mecanismo se evidencia como insuficiente, especialmente considerando que el contralor y contención queda unilateralmente asignado a los mismos protagonistas del fenómeno, configurándose, como mínimo, situaciones puntuales de configuración de potenciales (o reales) conflictos de intereses.

La segunda valla de contención, ante la ausencia de regulación o normas expresas, se estructura alrededor de: i.- los principios generales del derecho vigentes (principios que nos pueden brindar soluciones a casos particulares y concretos, usualmente a través de la actividad jurisdiccional) y; ii.- a la analogía, procurando arribar a las mismas soluciones (aunque receptando las particularidades del caso) que se han propuesto o las que se ha arribado en similares situaciones.

En efecto, con la excepción de la materia penal, el operador jurídico puede efectuar una interpretación extensiva o evolutiva de la regulación existente que le permita brindar soluciones a las nuevas situaciones que se susciten, evidenciándose numeras herramientas en tal sentido. Tal es la situación en que actualmente nos encontramos. Por último, la tercera valla de contención estará dada por la norma que expresamente recepte el fenómeno y lo contenga.

proveedor. Sin perjuicio de ello podemos destacar entre los más relevantes los siguientes (que hemos optado por esquematizar en un cuadro para facilitar su análisis):

Tabla 1. Tipologías frecuentes de *dark patterns* en entornos digitales

Tipología	Impacto en la responsabilidad civil	Ejemplo probatorio
Confirmshaming	Lesiona la autodeterminación y puede viciar el consentimiento (habilita el reclamo por daño no patrimonial).	Capturas de pantalla con lenguaje culpabilizante reiterado.
Roach Motel	Genera daño patrimonial por cargos recurrentes; y como práctica abusiva justifica la imposición de daño punitivo.	Logs de cancelación con múltiples pasos y tasas de abandono.
Urgencia falsa / escasez artificial	Induce a contratación por presión; puede configurar un supuesto de dolo informativo.	Vg. Telemetría que reinicia cronómetros; o falta de acreditación de la escasez que se pregona (carga de la prueba en cabeza del proveedor -art. 53 LDC-).
Costos ocultos	Daño por facturación no informada; incumplimiento de la obligación de informar.	<i>Checkout</i> con cargos añadidos en el último paso.
Predeterminación engañosa	Consentimiento inválido por opt-out; nulidad del acto y/o inoponibilidad de las cláusulas.	Casillas premarcadas.

Entendemos que la responsabilidad civil en entornos digitales en esta materia exige internalizar el riesgo en quien controla el diseño. La noción de responsabilidad por diseño habilitará no sólo la prevención, sino también la reparación integral, garantizando decisiones más libres y transparentes.

En el esquema reseñado hemos pretendido volcar algunas de las soluciones y principios que rigen esta materia. No dudamos en sostener que, en esta instancia, el régimen de tutela de la persona consumidora será de utilidad. Cabe recordar que el mismo se configura como una disciplina singular, especializada y con autonomía; así como que constituye un sistema global de normas, principios, instituciones e instrumentos consagrados por el ordenamiento jurídico a favor del consumidor para garantizar en el mercado una posición de equilibrio entre las partes⁹.

⁹ DURAND CARRIÓN, Julio Baltazar. Determinación del Derecho del Consumidor como Disciplina Jurídica Autónoma. *Revista Derecho y Sociedad*, Pontificia Universidad Católica del Perú, n. 34, p. 69, 2010. Disponible en: <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/download/13329/13956/>.

En dicho contexto, debemos remitirnos en primer lugar al art. 42 CN, norma fundante del régimen que, en su primer párrafo, consagra los llamados derechos fundamentales de los consumidores¹⁰, derechos directamente operativos y de goce directo que se vinculan y relacionan con la dignidad de la persona y, por tanto, nos llevan a considerar esta tutela dentro del espectro de los derechos humanos. Tales son el derecho a la seguridad, a sus intereses económicos, a la información, a la libertad de elección y al trato equitativo y digno.

La vinculación con la temática propuesta se advierte claramente y ya la hemos destacada en algunos de los puntos del cuadro elaborado.

Junto a esta norma fundante, considerando especialmente la autonomía del régimen, encontramos otra herramienta de relevancia: los principios propios y específicos de las relaciones de consumo, que interactúan en diálogo con los principios generales, a veces ratificándolos y otras brindando soluciones diferentes¹¹, dadas las particularidades de este microsistema jurídico¹².

En este sentido, nuestro ordenamiento positivo ha receptado expresamente una enunciación de Principios Fundamentales en el ámbito de las relaciones de consumo. Así, a través de la Res. 310/2020 SCI se incorpora a la normativa local la Res. MERCOSUR 36/2019, la que luego de reconocer expresamente el estado de vulnerabilidad estructural del consumidor en el mercado enumera lo que califica en sus considerandos como los principios básicos en la materia.

De los 14 principios enunciados nos permitimos, en una preliminar y primigenia revisión, destacar como vinculados en forma directa con el tema que estamos tratando los siguientes:

1. Principios de progresividad y no regresión: a través de los mismos se procura lograr progresivamente la plena efectividad de los derechos de los consumidores que se derivan de las normas internacionales y nacionales, sin retroceder en los estándares de tutela alcanzados en los niveles normativos de protección ni en la implementación de la política de protección del consumidor, considerando los costos y beneficios de las medidas que se propongan;

2. Principio de orden público de protección: a través del cual se procura limitar el pleno ejercicio de la autonomía de la voluntad, considerando especialmente el desequilibrio relacional existente en el vínculo, evitando la imposición de cláusulas abusivas y permitiendo la revisión de lo acordado;

¹⁰ Así lo destaca STIGLITZ, Gabriel. Los principios del Derecho del Consumidor y los Derechos Fundamentales. In: STIGLITZ, Gabriel; HERNÁNDEZ, Carlos A. (dirs.). *Tratado de Derecho del Consumidor*. Buenos Aires: La Ley, 2015. t. I, p. 309.

¹¹ En tal sentido puede consultarse QUAGLIA, Marcelo. El desequilibrio relacional y el orden público económico de protección. Defensa del consumidor y revalorización de los principios generales (con especial referencia a la buena fe y a la protección de la confianza. La equidad en el ámbito del Derecho del Consumidor). In: STIGLITZ, Gabriel; HERNÁNDEZ, Carlos A. (dirs.). *Tratado de Derecho del Consumidor*. Buenos Aires: La Ley, 2015. t. I, p. 290.

¹² Evidencia lo reseñado la querida Noemí Nicolau, al destacar que el régimen de defensa al consumidor integra un microsistema jurídico que busca realizar una justicia todavía más concreta y particular (que la del sistema y de los subsistemas), para sectores aún más determinados (el consumidor, el dañado, el locatario, el asegurado, etc.) (NICOLAU, Noemí L., "La tensión entre el sistema y el microsistema en el Derecho Privado", en *Revista de Estudios del Centro*, Universidad Nacional de Rosario, Facultad de Derecho, Centro de Investigaciones de Derecho Civil, n. 2, 1997, p. 80).

3. Principio de acceso al consumo: procurando el acceso a los bienes y servicios de calidad y con el mayor alcance posible;

4. Principio de protección especial para consumidores en situación vulnerable y de desventaja, tutelando especialmente los grupos sociales afectados por una vulnerabilidad agravada derivada de circunstancias especiales (en esta materia y en particular niñas, niños y adolescentes, adultos/mayores, analfabetos digitales, entre otras);

5. Principio de respeto de la dignidad de la persona humana: al cual ya hemos referido al hablar del trato digno y equitativo y afincando los presupuestos mínimos conforme a los criterios generales que surgen de las Declaraciones y Tratados de Derechos Humanos;

6. Principio de prevención de riesgos: ponderando en esta materia especialmente el uso de nuevas tecnologías y los eventuales riesgos del desarrollo que podrían generarse¹³;

7. Principio antidiscriminatorio: procurando el acceso a estas nuevas tecnologías sin que se configuren actos u omisiones discriminatorios negativos¹⁴;

8. Principio de buena fe: principio general del derecho que no puede estar ausente en esta materia;

9. Principio de Información: sobre el cual hemos referido precedentemente, requiriendo información clara, veraz y suficiente que le permita al consumidor hacer elecciones adecuadas a sus deseos y necesidades;

10. Principio de armonización: el que demanda armonizar los intereses de los participantes de las relaciones de consumo, haciendo compatible una adecuada protección y tutela de los derechos de los consumidores con el desarrollo económico y tecnológico, siempre fundamentado en la buena fe y el equilibrio de la relación.

Cabe destacar que la enumeración contenida en la norma debe considerarse como meramente enunciativa, existiendo otros principios fundamentales o generales (aún propios del ámbito del consumo) a los que el operador jurídico podrá recurrir¹⁵.

De esta forma se evidencia claramente la posibilidad de agregar, adicionar y/o aplicar otros principios en el caso concreto, aún cuando los mismos no cuenten con una recepción legislativa expresa, existiendo la posibilidad que nuevos principios sean deducidos por el operador jurídico a partir de

¹³ Para profundizar la temática de los riesgos del desarrollo puede consultarse, entre otros, SOZZO, Gonzalo. Riesgos del desarrollo y sistema de derecho de daños. (Hacia un derecho de daños pluralista). *Revista de Derecho de Daños*, n. 2005-2016, p. 73; y GARRIDO, Lidia. *Riesgos de desarrollo en el derecho de daños*. Buenos Aires: Editorial Astrea, 2016.

¹⁴ Destaca Sahian la diferenciación entre la prohibición de discriminación negativa y la promoción de discriminación positiva. En el primer sentido referimos a un significado peyorativo, dando trato de inferioridad a una persona o colectividad por motivos raciales, religiosos, políticos, etcétera. En el otro sentido implica otorgar determinados beneficios a ciertos grupos, para restablecer la igualdad de oportunidades, en la lucha contra las desigualdades de naturaleza racial, sexual, religiosa, etaria, por discapacidad, social, entre otras (SAHIAN, José H. El principio antidiscriminatorio en la relación de consumo. *SJA*, 18 sep. 2019, 59. Cita Online: AR/DOC/2635/2019).

¹⁵ Así, el Anteproyecto del Código de Defensa de los Consumidores 2024 adiciona a los enunciados en la resolución citada el principio de precaución y el de primacía de la realidad (art. 2), incorporando además principios propios de los entornos digitales (art. 3).

disposiciones expresas del ordenamiento jurídico y/o extraídos del derecho natural (conforme a qué posición se adhiera)¹⁶.

De esta forma, más allá de la consagración expresa o no de un principio como norma vigente, los mismos son plenamente operativos y aplicables a cada caso concreto resultando una consecuencia del mandato constitucional consagrado por el art. 42 3er. párrafo de la CN, norma que impone la necesidad de establecer procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos en materia de relaciones de consumo (los que a nuestro entender no necesariamente deben limitarse al ámbito del procedimiento administrativo o del proceso judicial)¹⁷.

Se concreta de esta forma un diseño normativo dinámico, no solo en sintonía con el mercado y los avances tecnológicos sino también útil para el operador jurídico, al contar con “normas abiertas” para abordar en concreto la realidad del caso. Ello además recepta la motivación que inspirara el cambio de paradigma propuesto por la legislación unificada: el diálogo de fuentes, enfatizado en la relevancia que reciben los derechos humanos, como lo demuestra la recepción de la protección especial para situaciones de vulnerabilidad agravada, el respeto de la dignidad de la persona humana, el principio antidiscriminatorio y particularmente, el principio de progresividad y no regresión¹⁸.

Cabe en tal sentido destacar la conclusión unánime a la que se arribara en las XXVIII Jornadas Nacionales de Derecho Civil, Comisión 5: Derecho de los consumidores (desarrolladas en Mendoza en el 2022), punto 1.A.2:

En el estadio evolutivo actual del Derecho del Consumidor nacional, los contenidos del principio protectorio se ven resignificados por su interacción con los principios de respeto de la dignidad, no discriminación y tutela acentuada en situaciones de vulnerabilidad o desventaja (hipervulnerabilidad). Estas líneas rectoras de matriz constitucional operan una transformación de los perfiles patrimonialistas para centrarse en la protección de la persona humana y sus derechos fundamentales. Los despliegues axiológicos de estos principios humanistas resultan guías ineludibles para la construcción de las respuestas jurídicas a los problemas planteados por la irrupción de las tecnologías emergentes en las relaciones de consumo.

Naturalmente, y siguiendo la propuesta europea, consideramos que este particular fenómeno debe ser receptado expresamente y regulado, procurando su adecuada contención y encauzamiento¹⁹.

¹⁶ RUIZ RUIZ, Ramón. La distinción entre reglas y principios y sus implicaciones en la aplicación del derecho. *Revista Derecho y Realidad*, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, UPTC, n. 20, II semestre de 2012.

¹⁷ QUAGLIA, Marcelo C. El Proyecto de Código de Defensa de Consumidor Argentino y los principios de tutela a los consumidores. Su operatividad y necesaria consagración legal. *Revista La Consumeril*, Instituto de Defensa del Consumidor del Colegio de Abogados y Procuradores del Departamento de Bahía Blanca, Año I, v. I, oct. 2020, p. 27.

¹⁸ Cabe en este sentido referir al Anteproyecto de Código de Defensa del Consumidor 2024, que su art. 22 (Armonización de las fuentes) plantea que “Los casos relativos a la protección del consumidor se rigen por el sistema de protección del consumidor, que se integra con la Constitución Nacional, los Tratados Internacionales de los que la Argentina es parte, en particular las Declaraciones y Convenciones relativas a Derechos Humanos, este Código, el Código Civil y Comercial y las leyes especiales que regulan aspectos particulares de las relaciones de consumo. Se integra también con la normativa sobre lealtad comercial, y con la normativa de defensa de la competencia. La doctrina y la jurisprudencia son una fuente material secundaria. Los jueces deben integrar el derecho aplicable al caso con las diferentes fuentes del sistema, armonizándolas con el fin de maximizar los derechos humanos y fundamentales en juego y de acuerdo a los principios que lo rigen. En caso de duda, debe prevalecer la interpretación que resulte más favorable al consumidor”.

¹⁹ En este sentido, resultaría recomendable determinar (entre otros aspectos): a) la tipificación legislativa de prácticas abusivas digitales (catálogo abierto); b) la determinación de estándares regulatorios de simetría funcional y visual; c)

Interín, contamos con otras herramientas de tutela.

3. CONSIDERACIONES FINALES

1. Los patrones oscuros (*dark patterns*) constituyen una fuente específica de riesgo digital que impacta directamente en la autonomía de la voluntad del consumidor y en la validez del consentimiento en entornos de contratación electrónica. Su relevancia jurídica exige reencuadrar la responsabilidad civil bajo la noción de responsabilidad por diseño, internalizando los riesgos en quien controla la arquitectura de elección.

2. El ordenamiento argentino ofrece herramientas suficientes para la tutela inmediata, aun sin esperar nuevas leyes sectoriales. La Constitución (art. 42), la LDC (deber de información, trato digno, carga probatoria dinámica, daños punitivos) y el CCyC (buena fe, contratos por adhesión, cláusulas abusivas, deberes de prevención del daño) permiten invalidar consentimientos manipulados, disponer restituciones, ordenar medidas correctivas, y sancionar conductas dolosas o gravemente negligentes.

3. La prueba en entornos digitales debe evolucionar: se requiere preservación técnica de evidencia (capturas certificadas, logs, telemetría, hash, timestamps, pericia informática) y aplicación robusta de la carga dinámica. La no presentación de evidencias bajo control del proveedor debe generar presunciones adversas, reforzando la efectividad del proceso para consumidores, especialmente hipervulnerables (NNA, adultos mayores, personas con discapacidad y analfabetos digitales, entre otros).

4. Se justifica una agenda de políticas públicas y autorregulación responsable, que incluya: catálogos abiertos de prácticas abusivas digitales; estándares de simetría funcional y visual; auditorías algorítmicas de gran escala; guías probatorias y periciales; y protocolos de baja y arrepentimiento accesibles y no manipulativos. Este conjunto, articulado con la prevención del daño (art. 1710 CCyC), favorece un ecosistema digital más justo y transparente.

5. La protección del consumidor en la era digital demanda un enfoque humanista y progresivo: los principios de dignidad, no discriminación, prevención y progresividad (Res. MERCOSUR 36/2019; Res. SCI 310/2020) son criterios operativos para orientar la interpretación judicial y el diseño regulatorio. La “responsabilidad por diseño” funciona como puente entre la dogmática civil y la ingeniería de interfaces, y debe convertirse en estándar para prevenir, sancionar y reparar los daños derivados de patrones oscuros.

REFERENCIAS

DURAND CARRIÓN, Julio Baltazar. Determinación del Derecho del Consumidor como Disciplina Jurídica Autónoma. *Revista Derecho y Sociedad*, Pontificia Universidad Católica del Perú, n. 34, p. 69, 2010.

la confección de guías probatorias y periciales en la materia vinculadas por ejemplo con la preservación de evidencia (screens, logs, telemetría); d) la realización de auditorías algorítmicas obligatorias para plataformas de gran escala; e) la regulación de baja/arrepentimiento de los servicios, etc.

Disponível

em:

<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechoysociedad/article/download/13329/13956/>

FRUSTAGLI, Sandra A. Práticas desleais e abusivas em entornos digitais: A propósito de los patrones oscuros o "dark patterns". *Revista de Derecho del Consumidor*, n. 17, 19 nov. 2024. Cita: IJ-V-CMXX-372.

GARRIDO, Lidia. *Riesgos de desarrollo en el derecho de daños*. Buenos Aires: Editorial Astrea, 2016.

NICOLAU, Noemí L. La tensión entre el sistema y el microsistema en el Derecho Privado. *Revista de Estudios del Centro*, Universidad Nacional de Rosario, Facultad de Derecho, Centro de Investigaciones de Derecho Civil, n. 2, 1997.

OCDE. Patrones comerciales oscuros. *OECD Digital Economy Papers*, París: OECD Publishing, n. 336, 2022. Disponible en: <https://doi.org/10.1787/44f5e846-en>

QUAGLIA, Marcelo C. El derecho a la salud mental y las neurotecnologías: una visión desde la óptica de la tutela a la persona consumidora. *Derecho, Innovación & Desarrollo Sustentable, Revista de El Derecho*, n. 25, p. 9, jun. 2025. Cita Digital: ED-VI-CCXVII-227.

QUAGLIA, Marcelo. El desequilibrio relacional y el orden público económico de protección. Defensa del consumidor y revalorización de los principios generales. In: STIGLITZ, Gabriel; HERNÁNDEZ, Carlos A. (dirs.). *Tratado de Derecho del Consumidor*. Buenos Aires: La Ley, 2015. t. I, p. 290.

QUAGLIA, Marcelo C. El Proyecto de Código de Defensa del Consumidor Argentino y los principios de tutela a los consumidores. Su operatividad y necesaria consagración legal. *Revista La Consumeril*, Instituto de Defensa del Consumidor del Colegio de Abogados y Procuradores del Departamento de Bahía Blanca, Año I, v. I, oct. 2020.

ROJO, Martina. Novedades de la protección del consumidor en EEUU: el caso Fortnite y los dark patterns. *Revista de Derecho del Consumidor*, Edición Especial - XXV Congreso Argentino de Derecho del Consumidor, IJ Editores, 11 sep. 2023. Cita: IJ-IV-DCCCXXI-442.

RUIZ, Ramón. La distinción entre reglas y principios y sus implicaciones en la aplicación del derecho. *Revista Derecho y Realidad*, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, UPTC, n. 20, II semestre de 2012.

SAHIAN, José H. El principio antidiscriminatorio en la relación de consumo. *SJA*, 18 sep. 2019, 59. Cita Online: AR/DOC/2635/2019.

SOZZO, Gonzalo. Riesgos del desarrollo y sistema de derecho de daños. (Hacia un derecho de daños pluralista). *Revista de Derecho de Daños*, n. 2005-2016, p. 73.

STIGLITZ, Gabriel. Los principios del Derecho del Consumidor y los Derechos Fundamentales. In: STIGLITZ, Gabriel; HERNÁNDEZ, Carlos A. (dirs.). *Tratado de Derecho del Consumidor*. Buenos Aires: La Ley, 2015. t. I, p. 309.



Este artigo está licenciado sob a licença *Creative Commons* Atribuição-Não Comercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0). Para mais informações sobre os termos desta licença, consulte: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/deed.pt>

Recebido em:
A convite.

Como citar segundo a NBR 6023/ABNT:

Aprovado em:
A convite.

QUAGLIA, Marcelo Carlos. ¿Responsabilidad por diseño? Dark patterns como nueva frontera del riesgo digital. **Revista IBERC**, Belo Horizonte, v. 9, n. 2, p. 134-143, maio/ago. 2026.