



Ley “click para cancelar”.

Simplificación de los procesos de baja de suscripción para usuarios de plataformas digitales.

El Senado y la Cámara de Diputados de la Nación...

Artículo 1º: Objeto

La presente ley tiene como objetivo actualizar la legislación competente a las relaciones de consumo, específicamente en el ámbito digital, actualizando la normativa referida a los cambios técnicos en la materia, impidiendo el uso de patrones oscuros (dark patterns) en el diseño de plataformas digitales, implementados como procesos deliberadamente difíciles para retener usuarios.

Artículo 2º: Definición

Se entiende a los patrones oscuros como, los diseños de las interfaces de usuarios en línea, que buscan subvertir, manipular o perjudicar la autonomía, la toma de decisiones o la elección del usuario, en el comercio electrónico, aplicaciones móviles, sitios web de compras, redes sociales y avisos de privacidad

Artículo 3º:

Modifíquese la ley 24.240, artículo 10 ter, el cual quedará redactado de la siguiente manera:

“Artículo 10 ter: Modos de Rescisión. Cuando la contratación de un servicio, incluidos los servicios públicos domiciliarios, haya sido realizada en forma telefónica,

electrónica o similar, podrá ser rescindida a elección del consumidor o usuario mediante el mismo medio utilizado en la contratación.

Toda plataforma digital que ofrezca opciones de suscripción o contratación de servicios mediante un determinado diseño de acceso a los usuarios, deberá ofrecer una interfaz de cancelación de suscripción o contratación del servicio que posea, de mínima, un diseño de interfaz con las mismas características de accesibilidad para la experiencia de suscripción o contratación del usuario.

La empresa receptora del pedido de rescisión del servicio deberá enviar sin cargo al domicilio del consumidor o usuario una constancia fehaciente dentro de las SETENTA Y DOS (72) horas posteriores a la recepción del pedido de rescisión. Esta disposición debe ser publicada en la factura o documento equivalente que la empresa enviare regularmente al domicilio del consumidor o usuario.

Artículo 4°:

De forma

Diputada Nacional Luana Volnovich

Diputado Nacional Cristian Felipe Andino

Diputado Nacional Agustin Oscar Rossi

Diputado Nacional Carlos Daniel Castagneto

Diputada Nacional Alejandrina Belen Borgatta

Diputada Nacional Fernanda Diaz

Diputado Nacional Hugo Ruben Yasky

Diputado Nacional Christian Alejandro Zulli

FUNDAMENTOS

SR. PRESIDENTE:

Las prácticas engañosas que manipulan el comportamiento del consumidor son una característica omnipresente en los mercados digitales. Siguiendo los resultados de investigaciones científicas publicadas por la universidad de Cambridge (2025), se observa que dependiendo de los diseños utilizados en las interfaces que utilizan los usuarios para navegar a través de las plataformas digitales, es posible afectar la percepción, el comportamiento y los patrones de adquisición de bienes y servicios de los consumidores en línea. Existen numerosas investigaciones empíricas de universidades de prestigio internacional que demuestran que el comportamiento de los consumidores suele ser profundamente afectado por el uso de diseños que contienen patrones oscuros, incluso aún más que por sus características socioeconómicas (como los ingresos, el nivel educativo o la edad).

En este marco, una de las situaciones más frecuentes y perjudiciales que pueden encontrarse en las plataformas digitales consisten en la utilización de patrones oscuros para impedir o dificultar la cancelación de suscripciones. Mientras la contratación suele realizarse en pocos pasos y mediante procesos altamente simplificados, la baja del servicio exige recorrer múltiples pantallas, responder encuestas obligatorias, enfrentar mensajes disuasorios, aceptar sucesivas ofertas de permanencia o incluso comunicarse por medios distintos de aquellos utilizados para la contratación. El resultado es un incremento artificial de los costos de salida que lleva a numerosos consumidores a mantener servicios que ya no desean contratar.

Este fenómeno ha motivado una creciente respuesta regulatoria a nivel internacional. La Unión Europea ha incorporado progresivamente la prohibición de los patrones oscuros mediante diversos instrumentos normativos, entre ellos el Reglamento de Servicios Digitales (Digital Services Act), el Reglamento de Mercados Digitales (Digital Markets Act) y la Directiva sobre Derechos de los Consumidores, consolidando un enfoque basado en la protección de la autonomía de las personas frente a arquitecturas digitales manipulativas. La doctrina especializada sostiene que el objetivo central de estas regulaciones consiste en preservar la capacidad de decisión libre e informada de los consumidores frente a diseños que explotan vulnerabilidades cognitivas.

En los Estados Unidos, la Comisión Federal de Comercio (FTC) impulsó la denominada "**Click-to-Cancel Rule**", cuyo principio rector establece que cancelar

una suscripción debe ser, como mínimo, tan sencillo como contratarla. La regulación prohíbe expresamente imponer obstáculos innecesarios para finalizar una suscripción, exige mecanismos simples de cancelación y sanciona las prácticas que dificulten injustificadamente el ejercicio de este derecho. La FTC fundamentó esta regulación en el crecimiento sostenido de las denuncias recibidas por consumidores respecto de procesos de cancelación deliberadamente complejos y en la constatación de que estas prácticas generan importantes perjuicios económicos para millones de usuarios.

Respecto al enfoque de esta temática es posible observar un cambio de paradigma en la tendencia internacional. Mientras que, tradicionalmente, la protección del consumidor se concentraba en garantizar información suficiente para que las personas pudieran adoptar decisiones racionales, en la actualidad, el desarrollo de la economía conductual y de las ciencias cognitivas ha demostrado que la forma en que las opciones son presentadas condiciona materialmente las decisiones, incluso cuando la información formalmente se encuentra disponible. En consecuencia, la regulación contemporánea ya no se limita a exigir transparencia, sino que procura impedir diseños manipulativos que interfieren con la autonomía decisional de los usuarios.

Esta evolución resulta plenamente compatible con el ordenamiento jurídico argentino. Mientras que la Constitución Nacional, en su artículo 42, reconoce el derecho de los consumidores a recibir un trato digno y equitativo y a la protección de sus intereses económicos; la Ley N° 24.240 de Defensa del Consumidor consagra, asimismo, el principio de buena fe, el deber de información y la prohibición de prácticas abusivas. Más específicamente, en su artículo 10 ter incorporado a la presente a través del artículo 8° de la Ley N° 26.361, se refiere al derecho de los usuario a poder rescindir una contratación utilizando como modalidad el mismo “medio” utilizado por la contratación, dando a entender el medio como el soporte del vínculo con la empresa (telefónico, electrónico o similar). Todo ello resulta en un importante avance en el sentido que aquí se menciona respecto de la manipulación de los elementos conductuales. Sin embargo, dichas herramientas fueron concebidas para relaciones de consumo tradicionales y no regulan específicamente las formas contemporáneas de manipulación algorítmica y de diseño de interfaces digitales.

La presente iniciativa procura actualizar ese marco normativo incorporando una prohibición específica respecto de los patrones oscuros utilizados para obstaculizar la cancelación de suscripciones digitales. No se pretende limitar la innovación ni restringir modelos legítimos de negocio basados en suscripciones, sino garantizar que la decisión de finalizar una relación contractual pueda ejercerse de manera libre, sencilla y equivalente al procedimiento utilizado para contratar el servicio.

Es por ello que, así como el derecho ha evolucionado históricamente para impedir cláusulas abusivas, publicidad engañosa o prácticas comerciales desleales, corresponde ahora extender esa protección al diseño mismo de las interfaces digitales cuando éstas son utilizadas como instrumentos de manipulación económica. La autonomía de las personas no depende únicamente de la existencia formal de una opción de cancelación, sino también de que dicha opción pueda ejercerse sin obstáculos artificiales, sin coerción psicológica y sin recorridos deliberadamente complejos. Garantizar ese derecho constituye una condición indispensable para el funcionamiento transparente, competitivo y respetuoso de los derechos fundamentales en la economía digital del siglo XXI.

Diputada Nacional Luana Volnovich

Diputado Nacional Cristian Felipe Andino

Diputado Nacional Agustin Oscar Rossi

Diputado Nacional Carlos Daniel Castagneto

Diputada Nacional Alejandrina Belen Borgatta

Diputada Nacional Fernanda Diaz

Diputado Nacional Hugo Ruben Yasky

Diputado Nacional Christian Alejandro Zulli

