



VI Foro Internacional de Protección al Consumidor

Programa COMPAL - UNCTAD

Dr. Fernando Blanco Muíño
Director Nacional de Defensa del Consumidor (ARG)
Costa Rica, Septiembre 2016

La Protección al Consumidor en las Redes Sociales - Empoderamiento del Consumidor -

En la actualidad, nada ni nadie es ajeno al fenómeno de las redes sociales. Debido al crecimiento exponencial que estas han presentado en los últimos años, y a la complejidad que ello reviste, aun no se ha llegado a dar con una normativa integral que proteja a los consumidores y usuarios en estos espacios.


La Protección al Consumidor en las Redes Sociales - Empoderamiento del Consumidor -

A causa de la relevancia que las redes sociales han llegado a ocupar en la vida de las personas, es necesario hacer un análisis de los riesgos a los cuales son expuestos los consumidores a los fines de crear las herramientas adecuadas de protección.



La Protección al Consumidor en las Redes Sociales - Empoderamiento del Consumidor -

Modalidad de contratación del servicio



Son contratos de adhesión en los cuales es discutible el consentimiento otorgado por el consumidor para la utilización de su información, ya que la única opción que tiene si no está de acuerdo con los términos y condiciones es no ingresar al sistema.

La Protección al Consumidor en las Redes Sociales - Empoderamiento del Consumidor -

**Propiedad
intelectual
contenidos**

En la mayoría de las redes sociales actuales, el consumidor se ve obligado a ceder la propiedad intelectual de sus publicaciones y contenidos. Aun si decide darlos de baja, el fenómeno de la viralización hace que ya no tenga real control sobre ellos.

La Protección al Consumidor en las Redes Sociales - Empoderamiento del Consumidor -

Publicidad

Los datos personales de los consumidores, así como su historial y preferencias de navegación, son utilizados para hacer oferta de bienes y servicios de manera personalizada. Hay un *bombardeo* de publicidad a los consumidores.

La Protección al Consumidor en las Redes Sociales - Empoderamiento del Consumidor -

Información

Las personas no solo consumen información, sino que a través de las redes la generan. Se modificaron los hábitos de consumo en determinados sectores de la población, que buscan antes de adquirir un bien o servicio la opinión de otros consumidores y usuarios que ya lo hayan adquirido. Esto sin embargo, puede dar lugar a manipulación de la información.

DIRECCIÓN NACIONAL DE
DEFENSA DEL CONSUMIDOR



ASPECTOS POSITIVOS

- Permiten a los consumidores informarse de manera directa eliminando intermediarios
- Posibilitan la creación de grupos de consumidores para denunciar abusos de proveedores
- Acercan a los consumidores con las autoridades nacionales, asociaciones de defensa del consumidor, organizaciones internacionales, etc.

ASPECTOS NEGATIVOS

- Se sostienen a costa de la publicidad a la que es expuesto el consumidor y del uso de sus datos personales y preferencias e historial de navegación
- No generan los mecanismos adecuados para la protección e los consumidores
- Vulneran la intimidad de los consumidores, exponiéndolos en ocasiones a ser objeto de engaños

Conclusión

Es un desafío de la comunidad internacional en su conjunto el generar un entorno seguro para el desarrollo de los consumidores en las redes, potenciando los beneficios que esta herramienta otorga y protegiéndolos de los riesgos a los cuáles son expuestos.

Muchas Gracias.

DIRECCIÓN NACIONAL DE
**DEFENSA DEL
CONSUMIDOR**

Secretaría de Comercio



**Ministerio de Producción
Presidencia de la Nación**