



DEPARTAMENTO DE DERECHO INTERNACIONAL

**CASO C-498/16 MAXIMILIAN SCHREMS V. FACEBOOK IRELAND LIMITED.**  
**EL CONCEPTO DE CONSUMIDOR DE UN USUARIO DE FACEBOOK Y SUS**  
**IMPLICANCIAS EN LOS FOROS DE COMPETENCIA INTERNACIONAL.**

**MICHAELA CONSTANZA LAGOS HARTARD**

(Memoria para optar al grado en Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales)

Profesor Guía:  
Sergio Cortés Beltrán

Santiago de Chile  
Mayo de 2021

## **Resumen:**

El presente proyecto estudia la sentencia dictaminada por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea en el caso C-498/16 Maximilian Schrems V. Facebook Ireland Limited. En el fallo, el tribunal determina que un usuario de Facebook es un consumidor, y como tal le es aplicable toda la regulación que protege a la parte más débil de una relación de consumo. Una de las mayores implicancias del caso es el estudio de los foros de competencia judicial internacional, debido a que si consideramos al usuario de Facebook como consumidor o como parte que no es consumidor el tribunal competente para conocer del asunto varía.

Se expondrá primeramente los hechos e historia del caso, los argumentos de cada parte y la decisión del tribunal. Posteriormente se realizará el análisis del caso, revisando en detalle la relación de Facebook y sus usuarios, determinado si esta es una relación contractual o no. En forma seguida se abordará el concepto de consumidor y sus diferentes acepciones. Por último, se revisarán los foros de competencia especial en materia de consumidores, y la cesión de derechos, temas abordados en la sentencia del Tribunal de Justicia Europeo. Al revisar estos temas se estudiará la situación en Chile, y si lo revisado por este tribunal es aplicable según nuestra legislación o no.

**Tabla de contenido:**

<b>I. Introducción .....</b>	<b>4</b>
<b>II. Hechos e historia del caso.....</b>	<b>5</b>
<b>III. Argumentos de cada parte y decisión del tribunal .....</b>	<b>8</b>
<b>A. Primera cuestión prejudicial .....</b>	<b>8</b>
<b>B. Segunda cuestión prejudicial.....</b>	<b>11</b>
<b>IV. Análisis del caso .....</b>	<b>15</b>
<b>A. Relación entre los usuarios de Facebook y la empresa de Facebook.....</b>	<b>15</b>
<b>B. Concepto de consumidor .....</b>	<b>19</b>
1. Reglamento europeo .....	19
2. Situación en Chile .....	31
<b>C. Foros de competencia especial y cesión de derechos.....</b>	<b>36</b>
1. Foros de competencia .....	36
2. Reglamento europeo .....	40
3. Situación en Chile .....	49
<b>V. Conclusión .....</b>	<b>51</b>

## I. Introducción

A principios del mes de abril del año 2021, el investigador cibernético Dave Walker dio a conocer una masiva filtración de datos personales que se produjo por Facebook. Más de 533 millones de usuarios de esta red social se vieron afectados cuando sus datos personales fueron robados y publicados en un foro de piratería. Se publicaron datos como la fecha de nacimiento, ubicación, información de matrimonio, número de teléfono y otros que contenía Facebook. La filtración afecta a usuarios de más de 100 países, incluidos casi 7 millones en Chile.<sup>1</sup>

La necesidad de tener mayor control sobre los datos que circulan en internet aumenta cada día más según la masividad del uso de estos servicios. El número de usuarios de plataformas de redes sociales alcanza a cerca de 3,2 mil millones, equivalente aproximadamente al 42% de la población mundial.<sup>2</sup> El negocio que han creado las redes sociales es internacional gracias a la publicidad que manejan de forma masiva pero dirigida según el tipo de usuario, lo que garantiza que la publicidad sea más efectiva.

Por su parte, la empresa de Facebook ofrece sus propios servicios a los usuarios, pero no cobra un precio por utilizar aquellos servicios. La ‘gratuidad’ de los servicios de empresas como Facebook no significa que la empresa no desarrolle actividades comerciales, por el contrario, la actividad comercial de estas es millonaria.

Como veremos a continuación, los usuarios de Facebook pueden ser clasificados como consumidores según el país donde tengan su domicilio y las leyes aplicables al conflicto. Esto es de gran relevancia cuando se busca que empresas como Facebook respondan por algún hecho ilícito o que ocasione daños a sus usuarios. Por ejemplo, en el mismo caso expuesto en el primer párrafo sobre filtración de datos, el curso de acción que pueden seguir los usuarios

---

<sup>1</sup> «El número de teléfono y otros datos de Mark Zuckerberg se filtraron junto con información de 533 millones de usuarios de Facebook», RT en Español, accedido 5 de abril de 2021, <https://actualidad.rt.com/actualidad/388408-numero-telefono-zuckerberg-datos-filtrados>.

<sup>2</sup> «5 Big Social Media Predictions for 2019», Emarsys, accedido 13 de mayor de 2021, <https://www.emarsys.com/resources/blog/top-5-social-media-predictions-2019/>.

domiciliados en un Estado miembro de la Unión Europea es muy diferente a aquel que pueden seguir los usuarios domiciliados en Chile.

El presente proyecto es una investigación que estudia la sentencia dictaminada por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (en adelante TJUE) en el caso Maximilian Schrems v. Facebook Ireland Limited. En el caso estudio, el tribunal determina que un usuario de Facebook es un consumidor, y como tal le es aplicable toda la regulación que protege a la parte más débil de una relación de consumo. Una de las mayores implicancias del caso es el estudio de los foros de competencia judicial internacional, debido a que si consideramos al usuario de Facebook como consumidor o como una parte que no es consumidor, el tribunal competente para conocer del asunto varía.

Se expondrá primeramente (II) los hechos e historia del caso, (III) los argumentos de cada parte y decisión del tribunal en el caso Maximilian Schrems v. Facebook Ireland Limited. Posteriormente se realizará (IV) el análisis del caso, revisando en detalle (A) la relación de Facebook y sus usuarios, (B) el concepto de consumidor, (C) los foros de competencia especial en materia de consumidores, y la cesión de derechos que aborda el caso. De forma conjunta, en los apartados A y B se revisará la situación en Chile, y si lo fallado por el TJUE es aplicable según nuestra legislación o no.

## II. Hechos e historia del caso

Maximilian Schrems domiciliado en Austria, es un experto en derecho informático y protección de datos. El señor Schrems utiliza Facebook desde el año 2008 con una cuenta privada en donde comparte fotos, publicaciones y usa el servicio de Messenger para chatear con sus *amigos* en la red social. Desde el año 2011 Schrems utiliza una *página* de Facebook para su ‘campaña contra Facebook’ que contiene información sobre sus conferencias, libros,

debates, recaudación de fondos y las acciones legales que ha realizado contra la empresa de Facebook Ireland Limited (en adelante Facebook).<sup>3</sup>

En el año 2015, Schrems anunció en línea su intención de demandar a la empresa de Facebook ante los tribunales austriacos, alegando una serie de infracciones a las normas de protección de datos y la privacidad de los ordenamientos jurídicos austriacos, irlandés y de la Unión Europea.<sup>4</sup> Más de 25.000 personas le cedieron sus acciones, pero en la presentación de la demanda solo se incluyeron siete acciones cedida provenientes de Austria, Alemania y la India.<sup>5</sup>

Schrems presentó su demanda ante los tribunales austriacos alegando que, en su condición de consumidor, el entonces Reglamento 44/2001 relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil, artículo 16 establecía que “la acción entablada por un consumidor contra la otra parte contratante podrá interponerse ante los tribunales del Estado miembro en que estuviere domiciliada dicha parte (...)”.<sup>6</sup> La parte demandada, cuyo domicilio se encuentra en Irlanda, formuló la excepción de incompetencia internacional. El tribunal austriaco de primera instancia, el Landesgericht für Zivirechtssachen Wien (Tribunal Regional de lo Civil de Viena) desestimó la demanda por considerar que Schrems no era consumidor de Facebook en razón a que utilizaba la red social para fines profesionales, de manera que no podía acogerse al foro especial de competencia concedido en el artículo 16 del Reglamento 44/2001. Asimismo, este tribunal declaró que el foro especial de competencia en materia de consumidores no podía ser cedido, por lo que el foro especial del consumidor que ampara al cedente, no podía ser transmitido al cesionario.<sup>7</sup>

---

<sup>3</sup> Michal Bobek, «Conclusiones del abogado general Sr. Michal Bobek, en el asunto C-498/16, Maximilian Schrems y Facebook Ireland Limited» (2017), párr. 8,9.

<sup>4</sup> Maximilian Schrems v. Facebook Ireland Limited., No. C-498/16 (Tribunal de Justicia Europeo 25 de enero de 2018), párr. 14.

<sup>5</sup> Bobek, «Conclusiones del abogado general», párr. 16.

<sup>6</sup> «Reglamento (CE) N° 44/2001 del Consejo, de 22 de diciembre de 2000, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil», *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, art. 16.

<sup>7</sup> Bobek, «Conclusiones del abogado general», párr. 17.

El demandante apeló la sentencia de primera instancia al Oberlandesgericht Wien (Tribunal Superior Regional de Viena) que la modificó parcialmente. En lo que se refiere a la condición de consumidor del demandante, el tribunal consideró que el señor Schrems si era un consumidor en razón a que los requisitos de aplicación del artículo 15 del Reglamento 44/2001 deben ser examinados en atención a la fecha en que se celebró el contrato. En cuanto a las acciones cedidas se desestimó el recurso debido a que, según el tribunal de segunda instancia, las reglas de competencia que benefician a los consumidores solo benefician al consumidor que es parte personalmente de un litigio, por lo que el demandante no puede hacer aplicable el artículo 16 del Reglamento 44/2001 cuando invoca acciones cedidas.<sup>8</sup>

Tanto el señor Schrems como Facebook recurrieron la sentencia del tribunal de segunda instancia ante el Oberster Gerichtshof (Tribunal Supremo de lo Civil y Penal). El Tribunal Supremo austriaco decidió suspender el procedimiento nacional y plantear al Tribunal de Justicia Europeo (TJUE) las siguientes cuestiones prejudiciales:

“1. ¿Debe interpretarse el artículo 15 del Reglamento nº 44/2001 [...] en el sentido de que un ‘consumidor’ a los efectos de dicha disposición pierde tal condición cuando, tras un uso prolongado de una cuenta privada de Facebook, publica libros en relación con el ejercicio de sus derechos, en ocasiones pronuncia también conferencias remuneradas, gestiona sitios web, recauda donaciones para el ejercicio de acciones y acepta la cesión de acciones de numerosos consumidores a cambio de la promesa de entregarles las cantidades que eventualmente se obtengan en el procedimiento, una vez deducidos los costes procesales?

2. ¿Debe interpretarse el artículo 16 del Reglamentos nº 44/2001 en el sentido de que un consumidor también puede ejercitar en un Estado miembro, en el fuero del demandante, junto con sus propias acciones derivadas de un contrato celebrado con consumidores, pretensiones en idéntico sentido de otros consumidores con residencia en:

---

<sup>8</sup> Bobek, párr. 18-19.

- a) El mismo Estado miembro,
- b) En otro Estado miembro, o
- c) En un tercer país,

que, derivados de contratos celebrados por consumidores con la misma parte demandada y en el mismo contexto jurídico, le hayan sido cedidas por dichos consumidores, siempre que el contrato de cesión no se inserte en la actividad empresarial o profesional del demandante, sino que persiga el ejercicio colectivo de las pretensiones?”<sup>9</sup>

### III. Argumentos de cada parte y decisión del tribunal

#### A. Primera cuestión prejudicial

En términos simples, en la primera cuestión prejudicial, el tribunal austriaco pregunta al TJUE si, según el artículo 15 del Reglamento 44/2001, un usuario de Facebook pierde su calidad de consumidor de la red social por realizar actividades aparentemente comerciales o profesionales, como promocionar libros, publicitar conferencias remuneradas, aceptar la cesión de derechos de numerosas personas a cambio de entregarles determinada cantidad de dinero una vez obtenida una sentencia favorable, entre otras ya mencionadas.

Es oportuno mencionar que el Reglamento 44/2001 actualmente se encuentra derogado por el Reglamento 1215/2012 relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil. Las conclusiones obtenidas para los artículos 15 al 17 del Reglamento 44/2001 se pueden trasladar a los artículos 17 al 19 del Reglamento 1215/2012 actualmente vigente en la materia.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Maximilian Schrems v. Facebook Ireland Limited, párr. 24.

<sup>10</sup> Pedro De Miguel Asensio, «Demandas frente a redes sociales por daños en materia de datos personales: Precisiones sobre competencia judicial», en *La Ley Unión Europea*, 56 (2018): 4, <https://eprints.ucm.es/id/eprint/46938/1/PADemiguelAsensio%20LaLey%20UE%20n%2056%2002.18.pdf>.

El artículo 15 apartado primero del Reglamento 44/2001 en cuestión reza lo siguiente: “En materia de contratos celebrados por una persona, el consumidor, *para un uso que pudiere considerarse ajeno a su actividad profesional*, la competencia quedará determinada por la presente sección, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 4 y en el punto 5 del artículo 5:

- a) cuando se tratare de una venta a plazos de mercaderías;
- b) cuando se tratare de un préstamo a plazos o de otra operación de crédito vinculada a la financiación de la venta de tales bienes;
- c) en todos los demás casos, cuando la otra parte contratante ejerciere actividades comerciales o profesionales en el Estado miembro del domicilio del consumidor o, por cualquier medio, dirigiere tales actividades a dicho Estado miembro o a varios Estados miembros, incluido este último, y el contrato estuviere comprendido en el marco de dichas actividades.”<sup>11</sup>

Lo debatido por las partes es entonces si el señor Schrems es o no consumidor de Facebook. Según el presente artículo 15 el demandante sería consumidor a menos que utilice el servicio de Facebook para un uso que pudiere considerarse actividad profesional.

Facebook cuestiona la calidad de consumidor del demandante en razón a que, a la fecha de la interposición de la demanda, el señor Schrems utilizaba la red social con fines comerciales. La demandada apoya su alegación primeramente bajo el argumento que la condición de consumidor puede perderse con el transcurso del tiempo, por lo que se debe evaluar este estado a la fecha de la presentación de la demanda, y no la fecha de la celebración del contrato. Como segundo argumento, se señala que el demandante creó una *página* de Facebook la que se utiliza precisamente con fines comerciales o profesionales, y la *cuenta* de Facebook y la *página* de Facebook forman parte de una sola relación contractual, por lo que esta no es una relación de consumo.<sup>12</sup> No se puede crear una *página* de Facebook sin tener un perfil de la misma red social, por lo que ambos servicios son inseparables y solo existe una relación contractual.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> «Reglamento 44/2001 sobre competencia judicial», art. 15. (Énfasis agregado).

<sup>12</sup> Bobek, «Conclusiones del abogado general», párr. 25.

<sup>13</sup> Bobek, párr. 51.

Por su parte, el demandante señala que no puede perderse la condición de consumidor y que la fecha relevante para determinar esta calidad es la fecha de la celebración del contrato.<sup>14</sup> Por otro lado, asegura que existen dos relaciones contractuales, uno para la *cuenta* de Facebook y otro para la *página* de Facebook. Argumenta esta postura señalando primeramente que para crear una *página* de Facebook se deben aceptar nuevas condiciones y cláusulas diferentes. Además, la *cuenta* de Facebook es personal, pero la *página* puede ser administrada por varias personas, incluso llegando al punto que a la fecha de la presentación de la demanda el señor Schrems no se encontraba dentro de los administradores de la señalada *página* de Facebook.<sup>15</sup>

Para resolver el asunto, el TJUE analiza el concepto de consumidor del Reglamento 44/2001 y se remite a sentencias anteriores en la misma materia. Primeramente, la interpretación que se debe realizar de este concepto debe ser restrictiva en base a la posición de la persona según el contrato, y no basándose en las consideraciones particulares de la persona, es decir la interpretación es objetiva no subjetiva.<sup>16</sup> No interesan los estudios, conocimiento o trabajo de la persona para calificarlo como consumidor, solo interesa saber si la finalidad del contrato celebrado por la parte que alega ser consumidor tiene por objeto un uso profesional o no.

En palabras del TJEU, “el concepto de consumidor se define por oposición al de ‘operador económico’ y es independiente de los conocimientos y de la información de que la persona de que se trate dispone realmente”.<sup>17</sup> La especialización del señor Schrems, o su actividad como representante de derechos de otros usuarios de Facebook no lo privan de su condición de consumidor en el sentido del artículo 15 del Reglamento 44/2001. Si lo entendiésemos de forma contraria se impediría una defensa efectiva de los consumidores frente a contratantes profesionales, infringiéndose el artículo 169 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.<sup>18</sup>

---

<sup>14</sup> Bobek, párr. 36.

<sup>15</sup> Bobek, párr. 51.

<sup>16</sup> Maximilian Schrems v. Facebook Ireland Limited, párr. 29.

<sup>17</sup> Maximilian Schrems v. Facebook Ireland Limited, párr. 39.

<sup>18</sup> Artículo 169:

En cuanto a la existencia de una o dos relaciones contractuales, el TJUE dijo que, aun cuando existiera una vinculación contractual entre la *cuenta* y la *página* de Facebook, esto no cambia los principios en materia de relaciones de consumo. Si interpretamos de manera restrictiva el artículo 15 del Reglamento en cuestión, debemos considerar que, si los servicios están pensados para ser usados en un largo período de tiempo, la evolución de los servicios podría suceder. Lo que interesa determinar es si el uso inicialmente no profesional de los servicios ha evolucionado hacia un carácter esencialmente profesional.<sup>19</sup>

Es por estas razones que el TJUE decidió sobre la primera cuestión prejudicial que “el artículo 15 del Reglamento n° 44/2001 debe interpretarse en el sentido de que un usuario de una cuenta privada de Facebook no pierde la condición de ‘consumidor’ en el sentido de ese artículo cuando publica libros, pronuncia conferencias, gestiona sitios web, recauda donaciones y acepta la cesión de derechos de numerosos consumidores para ejercerlos ante los tribunales”.<sup>20</sup>

## B. Segunda cuestión prejudicial

La segunda cuestión prejudicial responde a la posibilidad de ceder acciones dentro del marco de las regulaciones para consumidores. El artículo 16 del Reglamento 44/2001 modifica la competencia general que establece el artículo 2 y desarrolla una competencia acumulativa. En virtud de este artículo son competentes para conocer las acciones entabladas por un

---

1. Para promover los intereses de los consumidores y garantizarles un alto nivel de protección, la Unión contribuirá a proteger la salud, la seguridad y los intereses económicos de los consumidores, así como a promover su derecho a la información, a la educación y a organizarse para salvaguardar sus intereses.

2. La Unión contribuirá a que se alcancen los objetivos a que se refiere el apartado 1 mediante:

a) medidas que adopte en virtud del artículo 114 en el marco de la realización del mercado interior;  
b) medidas que apoyen, complementen y supervisen la política llevada a cabo por los Estados miembros.

3. El Parlamento Europeo y el Consejo, con arreglo al procedimiento legislativo ordinario y previa consulta al Comité Económico y Social, adoptarán las medidas mencionadas en la letra b) del apartado 2.

4. Las medidas que se adopten en virtud del apartado 3 no obstarán para que cada uno de los Estados miembros mantenga y adopte medidas de mayor protección. Dichas medidas deberán ser compatibles con los Tratados. Se notificarán a la Comisión.

<sup>19</sup> Bobek, «Conclusiones del abogado general», párr. 37, 38.

<sup>20</sup> Maximilian Schrems v. Facebook Ireland Limited, párr. 41.

consumidor tanto el tribunal del domicilio del consumidor como el tribunal del domicilio del operador económico demandando.

En el caso en cuestión, el demandante ya considerado consumidor, demanda ante los tribunales de su domicilio, Austria. En lo que respecta a sus propias acciones, al TJUE le parece competente el tribunal austriaco para conocer de la demanda del señor Schrems, pero junto con su propia acción, el demandante presentó otras siete acciones de otros consumidores quienes le habían cedido sus derechos. El domicilio de estos otros consumidores es en Austria, Alemania y la India, es decir, en el mismo país competente para conocer de la acción del señor Schrems, en otro estado miembro y en un tercer país no miembro de la Unión Europea. La pregunta es, ¿puede el demandante bajo el foro de competencia del artículo 16 del Reglamento 44/2001, demandar pretensiones de otros consumidores domiciliados en otros países, de forma conjunta con sus pretensiones y en el tribunal competente para conocer su propia acción?

El mencionando artículo 16, apartado primero señala lo siguiente:

“La acción entablada por un consumidor contra la otra parte contratante podrá interponerse ante los tribunales del Estado miembro en que estuviere domiciliada dicha parte o ante el tribunal del lugar en que estuviere domiciliado el consumidor”.<sup>21</sup>

Según el demandante, las acciones cedidas pueden acogerse al mismo fuero de consumidor que su propia acción. Los argumentos del demandante se basan mayoritariamente en la necesidad de establecer mecanismos de recursos colectivos para la Unión Europea, tornándose estos argumentos poco prácticos a la hora de revisar el derecho vigente.<sup>22</sup> El señor Schrems menciona como argumentos que tanto el cedente como el cesionario son consumidores, por lo que ambos merecen protección. Menciona que la certeza que pueda tener el operador económico sobre la competencia de un tribunal es limitada, en razón a que el consumidor puede cambiar de domicilio cuando lo desee generando nuevos tribunales competentes. Una empresa como Facebook desarrolla sus actividades a nivel mundial, por lo que puede esperar que sea demanda en cualquier parte del mundo donde desarrolle actividades. Por último, aceptar la competencia especial del artículo 16 en materia de cesión

---

<sup>21</sup> «Reglamento 44/2001 sobre competencia judicial», art. 16.

<sup>22</sup> Bobek, «Conclusiones del abogado general», párr. 67.

de acciones de consumidores, permitiría fomentar el recurso colectivo, la tutela judicial efectiva y evitar múltiples procedimientos paralelos.<sup>23</sup>

Uno de los argumentos del demandante es que el consumidor que interpone la acción no tiene que ser necesariamente el consumidor que celebró el contrato. Esto porque según el mencionado artículo 16, la acción la entabla ‘*un* consumidor’ y no ‘*el* consumidor’, por lo que exigir la identidad de partes equivaldría a exigir un requisito no establecido en el Reglamento.<sup>24</sup> Este argumento se cae fácilmente, debido que los artículos 15 y 16 del Reglamento claramente mencionan la importancia de la identidad de partes. Asimismo, si se analiza el Reglamento en otros idiomas donde no se distinguen artículos definidos o indefinidos no se realiza distinción al respecto. Extraer conclusiones tan trascendentales del uso de un artículo parece forzoso, considerando que es común utilizar el artículo ‘un’ cuando se menciona algo por primera vez y luego el artículo ‘el’ para las menciones posteriores, tal como lo hace el artículo 16 en cuestión.<sup>25</sup>

Por otro lado, Facebook sostiene que la competencia especial del domicilio del consumidor no es aplicable a las acciones cedidas. Esta parte señala que, de seguir la postura del demandante, se corre el riesgo del *forum shopping* o búsqueda de un fuero de conveniencia, lo que daría pie a una cesión de acciones descontrolada por consumidores de cualquier jurisdicción en busca de una jurisprudencia más favorable que la suya propia, o con costas procesales menores, con distinto tipo de asistencias jurídicas, entre otras cosas que podrían dar lugar a una sobrecarga de determinadas jurisdicciones.<sup>26</sup>

El TJUE en su decisión primeramente recuerda la excepcionalidad de las normas relativas a competencia en relaciones de consumo, debido a que estas son doblemente excepcionales. Son excepción a la regla general en materia de competencia, esto es el

---

<sup>23</sup> Bobek, párr. 90-92.

<sup>24</sup> Bobek, párr. 78.

<sup>25</sup> Bobek, párr. 79-80.

<sup>26</sup> Bobek, párr. 104-105.

domicilio del demandado,<sup>27</sup> y a las reglas de competencia en materia de contratos, es decir la competencia se determina por el lugar del cumplimiento del contrato.<sup>28</sup>

Según fallos anteriores del TJUE, los artículos 15 y siguientes del Reglamento 44/2001 tienen como principio inspirador y rector la protección de la parte más débil económica y jurídicamente hablando. Es por esta razón que quién se haga valer de estas normas como consumidor debe ser precisamente la parte que ha celebrado un contrato y se encuentra en desventaja frente al operador económico. En el presente caso, el tribunal hace aplicable estas consideraciones cuando se trata de ceder acciones y derechos de consumidores.<sup>29</sup>

Por otro lado, la previsibilidad de la competencia es uno de los objetivos del Reglamento 44/2001,<sup>30</sup> por lo que exigir que exista un contrato previo entra las partes del juicio es una de las garantías de la previsibilidad de la competencia. El hecho de que un consumidor pueda interponer una acción personal en el tribunal de su domicilio, no significa que pueda interponer en el mismo tribunal acciones provenientes de otros contratos, aun cuando estas acciones le hayan sido cedidas.<sup>31</sup>

“Una transmisión de créditos no puede, en sí misma, tener incidencia sobre la determinación del tribunal competente”,<sup>32</sup> es decir que mediante la cesión de acciones no se puede crear un nuevo fuero de competencia. Esto es precisamente lo que se está buscando en este caso.

Es por estas razones que el TJUE determinó sobre la segunda cuestión prejudicial que “el artículo 16, apartado 1, del Reglamento nº 44/2001 debe interpretarse en el sentido de que no se aplica a la acción de un consumidor con la que pretende ejercer ante el tribunal del lugar en el que está domiciliado no solo sus propios derechos, sino también derechos cedidos por

---

<sup>27</sup> «Reglamento 44/2001 sobre competencia judicial», art. 2.

<sup>28</sup> «Reglamento 44/2001 sobre competencia judicial», art. 5.

<sup>29</sup> Maximilian Schrems v. Facebook Ireland Limited, párr. 44.

<sup>30</sup> «Reglamento 44/2001 sobre competencia judicial», considerando 11.

<sup>31</sup> Maximilian Schrems v. Facebook Ireland Limited, párr. 47.

<sup>32</sup> Maximilian Schrems v. Facebook Ireland Limited, párr. 48.

otros consumidores domiciliados en el mismo Estado miembro, en otros Estados miembros o en terceros Estados”.<sup>33</sup>

#### IV. Análisis del caso

Para analizar el presente caso primeramente se estudiará con un poco más de detalle (A) la relación entre los usuarios de Facebook y la empresa de Facebook. Posteriormente, se dividirá el caso en dos partes, a saber, (B) el concepto de consumidor y (C) los foros de competencia especial y la cesión de derechos.

##### A. Relación entre los usuarios de Facebook y la empresa de Facebook

En el caso *Schrems v. Facebook* hemos mencionado que la relación existente entre las partes es contractual, es decir que existe un contrato entre la empresa de Facebook y sus usuarios. Facebook es una plataforma online, es decir, es una “empresa que opera en mercados dobles (o múltiples), que utiliza internet para permitir las interacciones entre dos o más grupos de usuarios diferentes, pero interdependientes para generar valor para al menos uno de los grupos”.<sup>34</sup> Las plataformas online ponen a disposición un lugar para que los usuarios interactúen, negocien y concluyan transacciones sin la intervención del operador.<sup>35</sup>

Como primera distinción debemos tener presente que la contratación electrónica consiste en la celebración de un contrato por medios electrónicos, y los contratos electrónicos son aquellos que tienen por objeto un bien o servicio informático.<sup>36</sup> Nos referiremos en específico a los contratos electrónicos, dado que la contratación electrónica se basa en los

---

<sup>33</sup> Maximilian Schrems v. Facebook Ireland Limited, párr. 49.

<sup>34</sup> «Consulta Europea para las plataformas online», *Asociación Española de Startups* (blog), 21 de noviembre de 2015, <https://asociacionstartups.es/consulta-europea-sobre-el-marco-regulador-para-las-plataformas-online/>.

<sup>35</sup> Teresa Rodríguez de las Heras, «The Legal Anatomy of Electronic Platforms: A Prior Study to Assess the Need of a Law of Platforms in the EU», *The Italian Law Journal* 3, n° 1 (2017): 159, <http://theitalianlawjournal.it/data/uploads/3-italj-1-2017/pdf/rodriguez.pdf>.

<sup>36</sup> Ricardo Sandoval, *Contratos Mercantiles. Tomo II* (Santiago de Chile: Editorial Jurídica de Chile, 2014), 755, <http://www.editorialmetropolitana.cl/producto/contratos-mercantiles-2-tomos>.

mismos contratos típicos celebrados usualmente en papel, pero esta vez celebrados de forma electrónica.<sup>37</sup>

La doctrina ha clasificado los contratos en plataformas electrónicas según la forma en la que se manifiesta la voluntad de contratar. Si esta se manifiesta solo a través de medios electrónicos se llamarán contratos electrónicos puros, y si para manifestar la voluntad se requiere combinar un sistema electrónico con otro tradicional, se llamará contrato electrónico mixto. El contrato electrónico puro a su vez, se clasifica en contratos reactivos e interactivos, siendo los primeros los que exigen herramientas adicionales para poder llevar a cabo la contratación, en cambio los interactivos, permiten efectuar la contratación en el mismo lugar donde se encuentra la oferta.<sup>38</sup> Las relaciones entre Facebook y sus usuarios se mueven dentro de los contratos electrónicos puros e interactivos.

Los contratos electrónicos son atípicos,<sup>39</sup> por lo que no son equiparables a los contratos regulados en las diversas legislaciones. Una de las mayores características de este tipo de contrato es el notable desequilibrio entre las partes<sup>40</sup> debido a la existencia de elementos técnicos complejos.<sup>41</sup> Por lo que el contrato, por regla general, termina siendo un catálogo de ‘Términos y condiciones’ impuestos por la plataforma electrónica. De forma que si una persona gusta de utilizar Facebook debe aceptar los términos y condiciones y si no está de acuerdo, su única opción es no utilizar esta plataforma online. Es por esto que los contratos electrónicos que celebran en general las plataformas electrónicas con sus usuarios tienen un carácter de contratos de adhesión.

Los contratos electrónicos tienen validez,<sup>42</sup> pero aquellos contratos que se disponen a los usuarios como un catálogo de ‘Términos y condiciones’ son cuestionables como contratos

---

<sup>37</sup> Rico Carrillo Mariliana, «Aspectos jurídicos de la contratación electrónica», en *Derecho de las nuevas tecnologías*, 1ª ed. (Buenos Aires: Ediciones La Rocca S.R.L., 2007): 270, <http://www.etp.com.py/fichaLibro?bookId=29308>.

<sup>38</sup> Sandoval, *Contratos Mercantiles. Tomo II*, 857.

<sup>39</sup> Sandoval, 760.

<sup>40</sup> Sandoval, 757.

<sup>41</sup> Julio Tellez Valdés, *Derecho Informático*, 4ª ed. (México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, 2008), 134.

<sup>42</sup> La mayoría de las legislaciones admiten validez y eficacia a la contratación por medios electrónicos, este reconocimiento tiene lugar a partir de la Ley Modelo UNCITRAL/CNUDMI sobre Comercio Electrónico (artículo 11). En Chile, la contratación electrónica se regula mediante la ley N° 19.799 sobre Sobre documentos

propriadamente tal. Según la doctrina, para que un catálogo de términos y condiciones sea considerado un contrato y, de forma consecuente, sea vinculante para las partes, es necesario verificar si es que por parte del usuario hubo o no aceptación. Y para verificar si es que hubo aceptación se debe analizar si el usuario de forma previa tuvo acceso al documento que se pretende convertir en contrato y, en qué forma tuvo acceso a ese documento.<sup>43</sup>

Los términos y condiciones de las plataformas online y su aceptación han sido clasificado en dos, a saber, los contratos *click* y los contratos *browse*. Los contratos *click* son aquellos que requieren de una manifestación expresa de aceptar los términos y condiciones de la plataforma online, por ejemplo, mediante la palabra ‘acepto’. Al marcar en el botón el usuario queda obligado a los términos y condiciones y puede acceder a la plataforma online. En el caso del contrato *browse*, la aceptación de los términos y condiciones de la plataforma online es dada por el simple hecho de ingresar a la plataforma online.<sup>44</sup>

En este sentido se puede cuestionar la validez en los contratos *browse*, pero como en todo contrato de adhesión tiene sus beneficios, optimiza el tiempo y trabajo de los usuarios dado que solicitar que estos presionen acepto cada vez que ingresan a una página de internet podría volver tedioso el uso de este. Pero el escepticismo hacia estos contratos es válido, la presentación de estos términos y condiciones es escueta y por lo general se encuentra escondida en un *hyperlink* que los usuarios deben seguir para leer la información.<sup>45</sup> Es por esto que su validez debe ser considerada en un estudio caso a caso.

Para la jurisprudencia estadounidense estos términos y condiciones no serán vinculantes para los usuarios a menos que los términos resulten lo suficientemente obvios para que los usuarios tuviesen noticia de ellos. Para cumplir con este objetivo, las cortes estadounidenses mencionaban la visibilidad de los términos como requisito indispensable, por ejemplo, estos

---

electrónicos, firma electrónica y servicios de certificación de dicha firma y la ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

<sup>43</sup> Iñigo de la Maza Gazmuri y Rodrigo Momberg Uribe, «Términos y condiciones: Acerca del supuesto carácter contractual de las autorizaciones para el tratamiento de datos personales en sitios web», *Revista Chilena de Derecho y Tecnología* 6 n 2 (2017): 45, <https://doi.org/10.5354/0719-2584.2017.46226>.

<sup>44</sup> Iñigo de la Maza y Sergio Cruz, «Contratos por adhesión en plataformas electrónicas», *Revista de Derecho Informático* (2003): 19-25.

<sup>45</sup> Robert A. Hillman y Jeffrey J. Rachlinski, «Standard-Form Contracting in the Electronic Age», *SSRN Electronic Journal*, (2001): 67-68, <https://doi.org/10.2139/ssrn.287819>.

debían mostrarse en la primera pantalla que ven los usuario y no al final de la página en un lugar raramente accedido por ellos.<sup>46</sup> Otros aspectos considerados es la debida diligencia que se requiere del usuario, en el contexto de que un usuario razonablemente prudente habría o no conocido con certeza sobre la existencia de estos términos y condiciones.<sup>47</sup>

Para la legislación europea<sup>48</sup> se requiere más que la visibilidad de los términos y condiciones para considerarlos vinculantes a los usuarios, estos deben cumplir con el requisito de transparencia, que en términos simples sería más que solo mostrar la información, sino que el destinatario conozca, entienda y prevea los efectos del contrato y después decida si utiliza o no la plataforma online.<sup>49</sup>

Para poder utilizar Facebook, uno debe registrarse y crear una cuenta. Con Facebook se celebra un contrato *click*, considerando que la página en su inicio de forma textual señala “Al hacer clic en ‘Registrarse’, aceptas nuestras Condiciones, la Política de datos y la Política de cookies”.<sup>50</sup> Aun cuando es necesario apretar un *hyperlink* para conocer las condiciones de uso, al expresarse de forma clara que registrarse equivale a aceptar las condiciones y el mensaje es visible, de letra legible y las condiciones de uso son fáciles de acceder para las futuros usuarios, esta relación contractual es válida.

Ahora bien, si esta relación contractual es una relación de consumo o una relación civil dependerá de la legislación aplicable. Como pudimos apreciar por el caso en estudio, para la legislación europea un usuario de Facebook si es un consumidor, pero como veremos más adelante, para la ley chilena aquí no habría una relación de consumo.

---

<sup>46</sup> Ticketmaster Corp v. Tickets.com, Inc. (2000 U.S. Dists.Lexis 4543 [C.D. Ca., Marzo 27, 2000] en: De la Maza y Cruz, «Contratos por adhesión en plataformas electrónicas», 22-24.

<sup>47</sup> Specht v. Netscape Communications Corp. (2001 WL 755396, 150 F. Supp. 2d 585 [S.D.N.Y., July 5, 2001], *aff'd*. –F.3d. – [2d Cir., Oct. 1, 2002]) en: De la Maza y Cruz, 24, 25.

<sup>48</sup> Directiva 93/13/CEE del Consejo de 5 de abril de 1993, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores, art. 5; Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior, art.10; Reglamento 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de los datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE, art. 7.2.

<sup>49</sup> De la Maza y Momberg, «Términos y condiciones: Acerca del supuesto carácter contractual de las autorizaciones para el tratamiento de datos personales en sitios web», 48-50.

<sup>50</sup> «Página de inicio de Facebook», accedido el 13 de mayo de 2021, [https://web.facebook.com/?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/?_rdc=1&_rdr).

## B. Concepto de consumidor

En la presente sección se revisará el concepto de consumidor refiriéndose primeramente al reglamento europeo y en segundo lugar a la situación en Chile. En cuanto al reglamento europeo se hará un pequeño resumen de a) la historia de la legislación en materia de consumo, posteriormente se abordará b) la noción abstracta y concreta del concepto de consumidor que la doctrina y las legislaciones le han otorgado y, por último, c) se realizará un análisis del artículo 17 del Reglamento 1215/2012 relevante en el caso estudio.

### 1. Reglamento europeo

#### a) Historia de la legislación:

La legislación europea en materia de consumo ha tenido una evolución normativa destacable. La primera mención concreta que encontramos de consumidores a nivel comunitario es la Carta de Protección del Consumidor, Resolución 543/1973 de la Asamblea del Consejo de Europa. En esta primera resolución encontramos la definición de consumidor como “una persona física o jurídica a la que se proporciona géneros y servicios para su uso privado”.<sup>51</sup>

Después de la Carta Magna en protección de consumidores, se desarrollaron diferentes políticas para la protección e información de consumidores, pero no fue hasta el año 1987 donde expresamente se otorgó protección a los consumidores en el ámbito comunitario, mediante la aprobación del Acta Única Europea que reforma el Tratado de Roma en materia de mercado interior. A pesar de que esta mención en realidad no recoge ninguna política concreta, si menciona en su artículo 100 A.3 que “la comisión, en sus propuestas previstas en el apartado 1 referente a la aproximación de las legislaciones en materia de salud, seguridad,

---

<sup>51</sup> Ángel Acedo Penco, «La noción del consumidor y su tratamiento en el Derecho Comunitario, estatal y autónomo. Breve referencia al concepto de consumidor en el Derecho Extremeño», *Anuario de la Facultad de Derecho, Universidad de la Rioja* 18 (2000): 306.

protección del medio ambiente y protección de los *consumidores*, se basarán en un nivel de protección elevado”.<sup>52</sup>

Posteriormente, en el año 1992 se aprueba el Convenio de Roma sobre ley aplicable a las obligaciones contractuales, abierto a la firma el 19 de junio de 1980.<sup>53</sup> El presente convenio regulaba en su artículo 5 los contratos celebrados por los consumidores, estableciendo en su apartado número 1 que “[e]l presente artículo se aplicará a los contratos que tengan por objeto el suministro de bienes muebles corporales o de servicios a una persona, el consumidor, *para un uso que pueda ser considerado como ajeno a su actividad profesional*, así como a los contratos destinados a financiación de tales suministros”.<sup>54</sup> Respecto a este mismo convenio, en el año 2008 fue aprobado el Reglamento 593/2008 Roma I sobre ley aplicable que modifica y actualiza el anterior Convenio de Roma. Las disposiciones referentes a consumidores quedaron en el artículo 6 del siguiente modo: “(...) el contrato celebrado por una persona física *para un uso que pueda considerarse ajeno a su actividad comercial o profesional* (‘el consumidor’) con otra persona (‘el profesional’) que actúe en el ejercicio de su actividad comercial o profesional, se regirá por la ley del país en que el consumidor tenga su residencia habitual, siempre que el profesional:

- a) Ejercer sus actividades comerciales o profesionales en el país donde el consumidor tenga su residencia habitual, o
- b) Por cualquier medio dirija estas actividades a ese país o a distintos países, incluido ese país,

Y el contrato estuviera comprendido en el ámbito de dichas actividades”.<sup>55</sup>

Como podemos apreciar, las definiciones del artículo 5 del primer Convenio de Roma y del artículo 6 del actual Reglamento de Roma se asimilan en considerar que el consumidor es aquel que adquiere productos o servicios *para un uso que pueda ser considerado como ajeno a su actividad profesional*. El Reglamento 44/2001 en su artículo 15 utiliza los mismos

---

<sup>52</sup> Acedo Penco, 307.

<sup>53</sup> Asunción Hernández Fernández, «La protección del consumidor transfronterizo intracomunitario», *Cuestiones de Derecho Internacional Privado, Estudios sobre Consumo* 79 (enero de 2006): 28.

<sup>54</sup> «Convenio sobre ley aplicable a las obligaciones contractuales, abierto a la firma en Roma el 19 de junio de 1980 (80/934/CEE)», *Diario Oficial de la Unión Europea*, art. 5. (Énfasis agregado).

<sup>55</sup> «Reglamento (CE) N° 593/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales (Roma I)», *Diario Oficial de la Unión Europea*, 17 de junio de 2008, art. 6. (Énfasis agregado).

términos, por lo que dejaremos su análisis para la siguiente sección. De la misma forma, las letras a) y b) del artículo 6 del Reglamento de Roma I, contienen los criterios del *doing business* y *stream-of-commerce* también contenidos en el Reglamento 44/2001 que veremos más adelante. A pesar de que el estudio de la ley aplicable en materia de consumidores supera el alcance del presente trabajo, es bueno considerar las menciones del Reglamento de Roma y como estas se armonizan con los conceptos contenidos en los Reglamentos 44/2001 y 1215/2012 de competencia judicial.

En el año 1997, mediante el Tratado de Ámsterdam, se reformó nuevamente el Reglamento de Roma supliendo algunas carencias y enumerando los derechos del consumidor en el artículo 153.<sup>56</sup> En el año 2001 entra en vigor el Reglamento 44/2001 del Consejo relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil, que modifica el antiguo Convenio de Bruselas de 1968. Por último, en el año 2015 entró en vigor el Reglamento 1215/2012 que viene a sustituir el Reglamento 44 en materia de competencia judicial internacional y recoge las disposiciones en materia de consumo en sus artículos 17 y siguientes.

#### b) Noción abstracta y concreta del concepto de consumidor

Se distingue en doctrina dos nociones del concepto de consumidor, una abstracta y otra concreta. La noción abstracta define consumidor como cualquier ciudadano que adquiere bienes o servicios, reforzando la idea de que ‘consumidores somos todos’. Esta noción de consumidor se ha utilizado para otorgar derechos a los ciudadanos en general en su condición de consumidor, como por ejemplo derechos de educación o de información. Pero esta noción no es útil para que el consumidor pueda ejercer acciones personales en busca del respeto de sus derechos, sino que sirve de guía para programas políticos.<sup>57</sup>

La noción concreta, por su parte tiene diferentes sentidos. Podemos encontrar al consumidor en una noción amplia de la definición entendido como ‘cliente’ y otra con un

---

<sup>56</sup> Acedo Penco, «La noción del consumidor y su tratamiento en el Derecho Comunitario, estatal y autónomo. Breve referencia al concepto de consumidor en el Derecho Extremeño», 309.

<sup>57</sup> Acedo Penco, 311.

carácter más estricto referido al consumidor como ‘destinatario final’. En la noción de consumidor como cliente, no interesa el uso o fin que se le dé a los productos o servicios adquiridos mediante el contrato de consumo. Es decir, no interesa si el uso es privado o profesional, catalogando así a cualquier comprador, arrendatario o usuario de servicios como consumidor.<sup>58</sup>

Por su parte, la noción de consumidor como ‘destinatario final’, quiere decir que consumidor es aquel que adquiere un bien o servicio para un fin privado, familiar o doméstico. Este criterio deja fuera del concepto de consumidor a todos aquellos empresarios, industriales, comerciantes, profesionales, entre otros, que otorgan al producto o servicio adquirido un uso comercial, es decir no son destinatarios finales, sino intermediarios para que un tercero adquiriera como destinatario final el bien o servicio.<sup>59</sup>

La Carta de Protección de los Consumidores del año 1973 adopta la definición genérica del ‘uso privado’ de los bienes adquiridos para reconocer a una persona como consumidor. Posteriormente, se adoptó un concepto más o menos restringido prefiriendo el uso familiar o doméstico para la concepción de consumidor como ‘destinatario final’ de los bienes o servicios. La regulación europea adopta un criterio restrictivo de consumidor como destinatario final, excluyendo a los empresarios y profesionales.<sup>60</sup>

### c) Análisis del artículo 17 del Reglamento 1215/2012

Como se acaba de mencionar, el Reglamento 44/2001 aplicable al caso en estudio se encuentra actualmente derogado, rigiéndose estas materias por el Reglamento 1215/2012. El contenido del artículo 17 del actual reglamento es el mismo que el artículo 15 analizado por el

---

<sup>58</sup> Acedo Penco, 312.

<sup>59</sup> Acedo Penco, 313.

<sup>60</sup> En este sentido ver: «Directiva 85/577/CEE referente a la protección de los consumidores en el caso de contratos negociados fuera de los establecimientos comerciales», *Diario Oficial de la Unión Europea*, 22 de diciembre de 1985; «Directiva 87/102/CEE relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de crédito al consumo», *Diario Oficial de la Unión Europea*, 22 de diciembre de 1986; «Directiva 93/13/CEE sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores», *Diario Oficial de la Unión Europea*, 5 de abril de 1993; «Directiva 97/7/CE relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia», *Diario Oficial de la Unión Europea*, 20 de mayo de 1997.

TJUE el caso Schrems v. Facebook, por lo que hablaremos del artículo 17 vigente en la materia, teniendo siempre en consideración que lo se diga para el artículo 17 es también aplicable para el antiguo artículo 15 del Reglamento 44/2001.

Lo que interesa analizar del artículo 17 del Reglamento 1215/2012 es el apartado número uno, siendo este el decisivo para que la competencia judicial quede determinada por las reglas en materia de consumo. Lo que abordaremos en profundidad será primeramente el uso ajeno a la actividad profesional que el consumidor debe darle a los productos o servicios obtenidos por los contratos de consumo. En segundo lugar, nos enfocaremos en la letra c) del mismo apartado analizando los criterios del *doing business* y del *stream-of-commerce* utilizados por el artículo.

i) Usos ajenos a la actividad profesional:

El artículo 17 comienza estableciendo que “[e]n materia de contratos celebrados por una persona, el consumidor, para un *uso que pudiera considerarse ajeno a su actividad profesional*, la competencia quedará determinada por la presente sección (...)”.<sup>61</sup>

Precisamente este punto es uno de los que se cuestionaba en el caso Schrems v. Facebook. La demandada alegaba que el demandante no utilizaba los servicios de Facebook para un uso ‘no profesional’, sino que ejercía actividades comerciales a través de la *página* de Facebook que había creado. Resumiendo lo fallado por el TJUE en este caso se dijo que: la interpretación del concepto de consumidor debe ser restrictiva, carece de relevancia las cualidades personales y las aptitudes del sujeto que pretende ser consumidor, en cuanto al contrato celebrado, resulta relevante la posición del sujeto en el contrato, la naturaleza y la finalidad del mismo y, por último, el contrato ha de tener por objeto ‘un uso que no sea profesional del bien o servicio’.<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> «Reglamento (UE) N° 1215/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2012, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil», *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, art. 17.

<sup>62</sup> Celia M. Caamiña Domínguez, «El consumidor frente al profesional en entornos digitales. Tribunales competentes y ley aplicable», *Cuadernos de derecho transnacional* 12, n° 2 (8 de octubre de 2020): 163, <https://doi.org/10.20318/cdt.2020.5606>.

Según la jurisprudencia del TJUE en el caso de Johann Gruber v. Bay Wa AG, cuando una persona adquiere un bien o servicio para utilizarlo de forma parcialmente profesional y parcialmente no profesional, no puede hacerse valer de las normas especiales de competencia en materia de consumo, a menos que el uso profesional sea tan insignificante en el contexto global de la operación que sea irrelevante ese uso profesional. En cada caso, será el órgano jurisdiccional el que debe decidir si ese uso profesional es o no insignificante y para tal decisión, el tribunal debe tener en cuenta el conjunto de elementos fácticos del asunto, y no los elementos que el contratante podía haber conocido al celebrarse el contrato, a menos que la persona que alegue ser consumidor haya actuado de tal manera que diera la impresión a la otra parte contratante de que estaba actuando con fines profesionales.<sup>63</sup>

En el caso Anica Milivojević v. Raiffeisenbank St. Stefan-Jagerberg-Wolfsberg eGen, el TJUE utilizó el mismo criterio del uso profesional marginal o insignificante estableciendo que una persona no puede considerarse consumidor en el sentido del artículo 17, apartado 1, del Reglamento 1215/2012, a menos que, considerando todos los aspectos por los que se celebró el contrato, este tenga un vínculo tan tenue con la actividad profesional que resulte evidente que el contrato persigue esencialmente fines privados.<sup>64</sup>

En el caso Schrems v. Facebook el TJUE modifica este criterio invirtiéndolo, es decir mientras el uso no sea ‘esencialmente profesional’, el usuario de estos servicios puede gozar de la protección de las reglas de consumo. Según el TJEU “un demandante usuario de tales servicios solo podría invocar la condición de consumidor si el uso esencialmente no profesional de tales servicios para el cual celebró inicialmente un contrato *no ha adquirido con posterioridad un carácter esencialmente profesional*”.<sup>65</sup> Este cambio de criterio beneficia a todos aquellos sujetos cuyo uso profesional es superior a ‘insignificante’ pero inferior a ‘esencialmente profesional’, incluyendo así a muchas personas más como consumidores. Esta

---

<sup>63</sup> Johann Gruber v. Bay Wa AG, No. C-464/01 (Tribunal de Justicia Europeo 20 de enero de 2005), párr. 54.

<sup>64</sup> Anica Milivojević v. Raiffeisenbank St. Stefan-Jagerberg-Wolfsberg eGen, No. C-630/17 (Tribunal de Justicia Europeo 14 de febrero de 2019), párr. 90, 91.

<sup>65</sup> Maximilian Schrems v. Facebook Ireland Limited, párr. 38. (Énfasis añadido).

interpretación del TJUE se ha denominado por la doctrina como una interpretación expansiva del concepto de consumidor.<sup>66</sup>

Este cambio de criterio tiene especial relevancia en el caso de consumidores de redes sociales en razón a que estos servicios se usan por un largo lapso de tiempo y pueden evolucionar. La condición de consumidor se mantiene según si en el uso inicial del servicio este fue ‘esencialmente no profesional’ y no evolucionó hacia un uso ‘esencialmente profesional’.<sup>67</sup>

Respecto de contratos que tienen una doble finalidad, es decir estos son parcialmente profesionales y parcialmente privados, la jurisprudencia del TJUE en los casos Johann Gruber y Anica Milivojevic’ nos dice que no tienen la condición de relaciones de consumo, en cambio en el caso Schrems v. Facebook, se permitiría tener la condición de consumidor a menos que el uso profesional que se le dé al servicio sea esencialmente profesional.

La jurisprudencia del TJUE no nos ayuda a determinar que se entiende por un uso no profesional, es por esto que la doctrina apunta a que es necesario una futura reforma del Reglamento 1215/2012 para incorporar definiciones de los conceptos utilizados en el artículo 17, así se obtendría mayor precisión y claridad de los requisitos necesarios para que sea aplicable el foro especial de competencia otorgado a los contratos de consumo.<sup>68</sup>

ii) Artículo 17.1 letra c:

El artículo 17 en análisis continúa enumerando los supuestos donde un consumidor que adquiere un bien o servicio para un uso que pueda considerarse ajeno a su actividad profesional, pueda hacerse valer de las normas especiales de la competencia contenidas en la sección 4 del Reglamento 1215/2012.

---

<sup>66</sup> Celia M. Caamiña Domínguez, «La noción de “consumidor” en internet: El asunto C-498/16, Maximilian Schrems y facebook Ireland Limited», *Cuadernos de derecho transnacional* 11, n° 1 (11 de marzo de 2019): 718, <https://doi.org/10.20318/cdt.2019.4642>.

<sup>67</sup> Caamiña Domínguez, «El consumidor frente al profesional en entornos digitales. Tribunales competentes y ley aplicable», 164.

<sup>68</sup> Caamiña Domínguez, 164.

El artículo 17 menciona como supuestos los siguientes:

- “a) cuando se trate de una venta a plazos de mercaderías;
- b) cuando se trate de préstamos a plazos o de otra operación de crédito vinculada a la financiación de la venta de tales bienes, o
- c) en todos los demás casos, cuando la otra parte contratante ejerza actividades comerciales o profesionales en el Estado miembro del domicilio del consumidor o, por cualquier medio, dirija actividades a dicho Estado miembro o a varios Estados miembros, incluido este último, y el contrato esté comprendido en el marco de dichas actividades”.<sup>69</sup>

Las letras a y b no presentan mayor interés para el caso en estudio. Es rescatable el hecho de que la palabra ‘mercaderías’ en la letra a) deja fuera toda transacción referida a bienes inmuebles y que la letra b) se refiere a servicios bancarios, teniendo una amplia regulación en esta materia como lo es la Directiva 87/102/CEE de 1986 sobre la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de créditos al consumo.

En cuanto a la letra c), los contratos que reúnan las características antes mencionadas se les denomina contratos celebrados por consumidores pasivos, en razón a que es el comerciante el que se dirige al Estado miembro a ofrecer bienes o servicios. Si fuera de otro modo y es el consumidor quien busca al comerciante en otro Estado miembro para adquirir los bienes o servicios, no resultaría aplicable la sección 4 del Reglamento 1215/2012 y, serían aplicables las normas generales en materia contractual de los artículos 25.2 y 7.1 del mismo reglamento.<sup>70</sup>

La expresión ‘en todos los demás casos’ permite ampliar la aplicación del artículo 17 a los contratos de consumo transfronterizos en internet. De esta forma, todos los contratos en los que intervenga un consumidor y que cumplan las condiciones señaladas pueden beneficiarse

---

<sup>69</sup> Reglamento (UE) N° 1215/2012, art. 17.

<sup>70</sup> Hernández Fernández, «La protección del consumidor transfronterizo intracomunitario», 24.

de estas normas especiales de competencia.<sup>71</sup> El antiguo artículo 15.1 letra c) superó los problemas emanados de las nuevas tecnologías evitando la difícil actividad de buscar en qué espacio territorial se realizaron los actos, siendo a veces imposible o muy complicado de localizar,<sup>72</sup> considerando que las plataformas online pueden perfectamente operar en un país, tener sus servidores en otro país y llegar con sus servicios a un tercer país diferente.

Para que el supuesto del artículo 17.1 letra c) tenga aplicación, deben concurrir cualquiera de estas dos circunstancias: 1) que el comerciante ejerza actividades comerciales o profesionales en el Estado del domicilio del consumidor, o 2) que el comerciante o profesional dirija sus actividades comerciales al Estado del domicilio del consumidor. El primer supuesto se denomina *doing business*, concepto proveniente del Derecho Internacional Privado norteamericano y el segundo es el criterio *stream-of-commerce*, también procedente de Estados Unidos.

Respecto del criterio *doing business* la disposición solo está siguiendo lo que naturalmente se da en situaciones de mercado. El empresario realiza actividades comerciales en un determinado lugar, creando un mercado verificado mediante contrataciones en dicho lugar. En tal situación no tenemos un problema de Derecho Internacional Privado, una persona ejerce actividades en un país, por lo que se debe regir por las normas de dicho lugar en lo que respecta a las contrataciones, y en caso de surgir algún conflicto, los tribunales de esa localidad serán competentes para conocer del asunto. Es el empresario el que crea una comercialización normal en un país, por lo que es aceptable y razonable que sea demandando en esa misma nación.<sup>73</sup>

En el caso de los servicios *web* o más concretamente, en el caso que el comerciante posea una página de internet, el criterio del *doing business* busca que la balanza no se incline demasiado hacia al lado del consumidor, en razón a que si este criterio no se aplicara, el prestador de servicios se vería obligado a litigar en cualquier país por el simple hecho de

---

<sup>71</sup> Raúl Lafuente Sánchez, «El criterio del International Stream-of-Commerce y los foros de competencia en materia de contratos electrónicos celebrados con consumidores», *Cuadernos de Derecho Transnacional* 4, n° 2 (10 de octubre de 2012): párr. 3.

<sup>72</sup> Hernández Fernández, «La protección del consumidor transfronterizo intracomunitario», 25.

<sup>73</sup> Hernández Fernández, 25.

disponer de una *web* accesible desde cualquier Estado, aun cuando el comerciante no realice actividades en dicho lugar. El consumidor que ha contratado por internet se vería beneficiado por las reglas de la sección 4 del Reglamento 1215/2012 perjudicando en gran manera al comerciante.<sup>74</sup>

El criterio de *stream-of-commerce* también puede ser llamado como mercado de conquista. Tiene aplicación cuando el comerciante no ejerza actividades en el Estado del domicilio del consumidor, pero desea introducirse en este. De esta forma, cuando el prestador de servicios oriente su oferta a los consumidores de un determinado Estado, se considerará que el comerciante está tratando de introducirse en ese nuevo mercado.<sup>75</sup>

Existe un evidente problema respecto de las páginas *web* que pueden ser accedidas de muchos Estados diferentes. Determinar cuándo efectivamente se están dirigiendo actividades a un Estado se hace más difícil si consideramos que cualquier compañía que tenga una página de internet podría, por el simple de hecho de cómo funciona internet, operar en muchos Estados diferentes, pero no necesariamente estar dirigiendo una oferta a todos esos países. Parece excesivo que el prestador de servicios pueda verse sometido a la competencia judicial de todos los tribunales de los Estados en los cuales se puede acceder a su página de internet. Si mantuviéramos este criterio así de simplista, el resultado sería que las empresas dejarían de ofrecer sus productos online, limitando la posibilidad de elección del consumidor.

Es en base a estas mismas consideraciones que el Consejo y la Comisión debieron emitir una declaración conjunta relativa al antiguo artículo 15 del Reglamento 44/2001 estableciendo que “[e]l mero hecho de que un sitio Internet sea accesible no basta para que el artículo 15 resulte aplicable (...)”.<sup>76</sup> El párrafo 24 del preámbulo del Reglamento de Roma recuerda la importancia en la armonía de las interpretaciones del presente convenio y del reglamento referido a competencia judicial. Como ya mencionamos previamente, ambos instrumentos utilizan conceptos similares para determinar la procedencia de las reglas especiales en materia

---

<sup>74</sup> Lafuente Sánchez, «El criterio del International Stream-of-Commerce y los foros de competencia en materia de contratos electrónicos celebrados con consumidores», párr. 6.

<sup>75</sup> Lafuente Sánchez, párr. 7.

<sup>76</sup> «Reglamento (CE) N° 593/2008 (Roma I)», párr. 24.

de consumo. En cuanto al criterio de la actividad dirigida como condición se señala que, “no basta que una empresa dirija sus actividades hacia el Estado miembro del domicilio del consumidor, o hacia varios Estados miembros entre los que se encuentre este último, sino que además debe haberse celebrado un contrato en el marco de tales actividades”.<sup>77</sup>

Uno de los argumentos del criterio del mercado conquista es obligar a los comerciantes a estudiar mejor los riesgos que resultan de expandir su negocio fuera de sus fronteras, en razón a que ante un conflicto este podría ser demandando en dicho Estado por el hecho de haber ofrecido sus productos o servicios siguiendo el criterio del *stream-of-commerce*. “La consecuencia directa de la aplicación de este criterio será que el prestador de servicios no podrá imponer pactos de sumisión expresa a los tribunales de su país con la finalidad de concentrar todos sus litigios ya que, de hacerlo, no resultarán operativos en los contratos de consumo”.<sup>78</sup> Esto se manifiesta en el artículo 19 del Reglamento 1215/2012, donde se establece la prohibición de los pactos de sumisión a menos que estos fueran posteriores al nacimiento del litigio o beneficien al consumidor.

Como hemos dicho, en general, un sitio en Internet se reputa dirigido a todo el mundo. Pero no toda página de internet accesible en un país comporta actividades comerciales o profesionales dirigidas a dicho país. El alcance de la página web puede ser limitado por el mismo comerciante mediante una mención expresa, introducida en forma de *disclaimers* (descargos de responsabilidad) o notas informativas, que anuncien los Estados que desea incluir y los que desea excluir de su oferta, o bien, mediante mecanismos técnicos que limiten la posibilidad de contratar a los consumidores provenientes de Estados no incluidos dentro del mercado del comerciante.<sup>79</sup>

El problema del planteamiento anterior es el Reglamento (UE) 2018/302 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre medidas destinadas a impedir el bloqueo geográfico injustificado y otras formas de discriminación por razón de la nacionalidad, del lugar de residencia o del

---

<sup>77</sup> «Reglamento (CE) N° 593/2008 (Roma I)», párr. 24.

<sup>78</sup> Lafuente Sánchez, «El criterio del International Stream-of-Commerce y los foros de competencia en materia de contratos electrónicos celebrados con consumidores», párr. 10.

<sup>79</sup> Hernández Fernández, «La protección del consumidor transfronterizo intracomunitario», 26.

lugar de establecimiento de los clientes en el mercado interior y por el que se modifican los Reglamentos (CE) n° 2006/2004 y (UE) 2017/2394 y la Directiva 2009/22/CE. Este reglamento señala en su artículo 3° que los comerciantes no podrán bloquear el acceso de los clientes a sus interfaces por razones de nacionalidad o domicilio, ni tampoco redirigir al cliente a otro tipo de interfaz utilizando lenguaje u otras características que la hagan específica para un tipo de cliente según su nacionalidad o residencia, salvo que el cliente haya consentido. Es decir, cualquier acción que pueda tomar el comerciante para evitar que su página *web* sea utilizada por un consumidor de otro Estado miembro en el cual no quiere dirigir actividades es considerado discriminación según el Reglamento 2018/302.

Es por esto que el mismo Reglamento 2018/302 salva esta situación en su artículo 1.6 aclarando que precisamente como los comerciantes y prestadores de servicios deben cumplir con estas normas antidiscriminación, no se puede entender que existe una actividad dirigida por parte del profesional, ni en el sentido del art. 17.1.c) del Reglamento 1215/2012 ni del art. 6.1.b) del Reglamento Roma I. Ello quiere decir que, por el solo hecho de que la página se encuentre en otro idioma o no se le niegue el acceso a personas de otros Estados, no se puede entender que existe una actividad dirigida, porque son manifestaciones del cumplimiento al reglamento.<sup>80</sup>

Según la jurisprudencia norteamericana, para aplicar el criterio del *stream-of-commerce* no es suficiente que el comerciante haya previsto que sus productos alcancen el mercado conquista, sino que también es necesario la voluntad manifiesta de dirigir los productos hacia ese mercado, requiriéndose un estudio caso a caso, no pudiendo aplicar esta regla de forma generalizada, esto se denomina *the targeting-bases test*. El problema radica en que el Tribunal Supremo no ha esclarecido qué actividades pueden considerarse suficientes para acreditar la voluntad del vendedor, llevando esto a decisiones inconsistentes.<sup>81</sup>

---

<sup>80</sup> Caamiña Domínguez, «El consumidor frente al profesional en entornos digitales. Tribunales competentes y ley aplicable», párr. 21.

<sup>81</sup> Lafuente Sánchez, «El criterio del International Stream-of-Commerce y los foros de competencia en materia de contratos electrónicos celebrados con consumidores», párr. 12.

En cuanto a jurisprudencia europea, la primera vez que el TJUE tuvo oportunidad de analizar la frase ‘dirigir actividades’ del artículo 15.1 letra c) del Reglamento 44/2001 fue en la sentencia Pammer y Hotel Alpenhof, en asuntos acumulados C-585/08 y C-144/09 del año 2010. El tribunal confirma el criterio que el mero hecho que una página *web* sea accesible no basta para que resulten aplicables las normas relativas a consumidores, sino que también es necesario que concurren voluntad por parte del comerciante e indicios objetivos que afirmen la dirección de actividades hacia el Estado del consumidor.<sup>82</sup> “Entre los indicios que permiten determinar si una actividad está ‘dirigida’ al Estado miembro del domicilio del consumidor figuran todas las expresiones manifiestas de la voluntad de atraer a los consumidores de dicho Estado miembro”.<sup>83</sup> El TJUE menciona como ejemplos el carácter internacional de la actividad del prestador de servicios, el uso de diferentes lenguas para realizar la contratación, la posibilidad de comprar los productos en una moneda diferente, la mención de consumidores internacionales, entre otros.<sup>84</sup>

Como conclusión, tanto la jurisprudencia norteamericana como europea coinciden en que un comerciante no puede ser demandado según las reglas especiales de competencia en materia de consumidores por el simple hecho de tener una página de internet accesible de diferentes países. Primeramente, se debe determinar “la voluntad efectiva y manifiesta del prestador de servicios de dirigir su actividad hacia ese mercado de conquista y, en segundo lugar, los criterios o indicios que puedan revelar y probar la existencia de esa voluntad con el fin de declarar la competencia judicial de los tribunales del domicilio del consumidor”.<sup>85</sup>

## 2. Situación en Chile

En Chile, las relaciones de consumo se encuentran reguladas por la ley N° 19.496 sobre protección de los derechos de los consumidores. De acuerdo con su artículo primero, el ámbito de aplicación de esta ley tiene por objeto regular las relaciones entre proveedores y

---

<sup>82</sup> Lafuente Sánchez, párr. 26.

<sup>83</sup> Peter Pammer y Hotel Alpenhof, No. C-585/08 y C-144/09 (Tribunal de Justicia Europeo 7 de diciembre de 2010), párr. 80

<sup>84</sup> Peter Pammer y Hotel Alpenhof, párr. 80-84

<sup>85</sup> Lafuente Sánchez, «El criterio del International Stream-of-Commerce y los foros de competencia en materia de contratos electrónicos celebrados con consumidores», párr. 49.

consumidores, establecer las infracciones en perjuicio del consumidor y señalar el procedimiento aplicable en estas materias.

Continuando con el artículo primero de la ley N° 19.496, se define consumidor o usuario como “las personas naturales o jurídicas que, *en virtud de cualquier acto jurídico oneroso*, adquieren, utilizan, o disfrutan, como *destinatarios finales*, bienes o servicios. En ningún caso podrán ser considerados consumidores los que de acuerdo al número siguiente deban entenderse como proveedores”.<sup>86</sup>

Se define proveedores como “las personas naturales o jurídicas, de carácter público o privado, que habitualmente desarrollan actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes o de prestación de servicios a consumidores, *por las que se cobre precio o tarifa*. No se considerarán proveedores a las personas que posean un título profesional y ejerzan su actividad en forma independiente”.<sup>87</sup>

La noción de ‘destinatario final’ agregada en la conceptualización de consumidor que otorga la ley N° 19.496 hace referencia a la noción concreta restringida del concepto que sigue nuestra legislación. Es decir, en Chile, un consumidor es aquel que adquiere un bien o servicio con el propósito de usarlo con fines privados o domésticos y no comerciales.

En lo que respecta a la relación entre los usuarios de Facebook y la empresa de Facebook, es claro que esta última ofrece servicios a los usuarios quienes, en su mayoría, lo utilizan para fines privados, el problema con la legislación chilena es que exige que se cobre un precio o tarifa por estos servicios, y solo ante el evento que el usuario pague por el servicio se podrá considerar como consumidor. Por lo general, las plataformas online no cobran dinero, por lo que estarían excluidas de la categoría jurídica del Derecho del Consumidor quedando reguladas por el Derecho Común.<sup>88</sup>

---

<sup>86</sup> «Ley 19.496 establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores», 7 de marzo de 1997, art. 1.1. (Énfasis añadido).

<sup>87</sup> Ley 19.496, art. 1.2. (Énfasis añadido).

<sup>88</sup> De la Maza y Cruz, «Contratos por adhesión en plataformas electrónicas», 11.

Sin embargo, hay autores que señalan que los usuarios entregan datos e información personal a las plataformas online y estos datos son utilizados para crear publicidad dirigida y obtener ganancias. Estos datos se convierten, de alguna manera, en un método de pago por el servicio ofrecido.<sup>89</sup> Los datos personales se han transformado en un tipo de moneda cuyo valor superó el valor del petróleo, razón por la cual las grandes compañías dueñas de las plataformas online como Facebook, obtienen ganancias millonarias, por lo que sería incorrecto decir que a los usuarios ‘no les cuesta nada’ utilizar estas plataformas.<sup>90</sup>

Precisamente para evitar esta complicada discusión, la legislación europea se adelanta en esta materia obviando el pago que los consumidores hacen a los proveedores y se enfoca solo en la actividad del proveedor. Es por esta razón que en la Unión Europea la relación entre Facebook y sus usuarios se clasifica como relación de consumo, pero en Chile no.

Como mencionamos previamente, el catálogo de términos y condiciones presentados por Facebook puede ser clasificado como un contrato de adhesión. Por las características de los contratos de adhesión y por los riesgos que este sea abusivo es lógico pensar que queden regulados por la ley sobre protección a los consumidores. La misma ley 19.496 define contrato de adhesión como “aquel cuyas cláusulas han sido propuestas unilateralmente por el proveedor sin que el consumidor, para celebrarlo, pueda alterar su contenido”.<sup>91</sup>

Urge tener algún tipo de regulación en esta materia considerando que la relación contractual existente entre una plataforma online y sus usuarios regulada solo por el Código Civil presenta serias desventajas hacia los usuarios y, de aplicarse la ley N° 19.496, varias cláusulas del catálogo de términos y condiciones de las plataformas serían nulas. Para entender mejor esta situación, se analizarán algunas de las cláusulas de la red social de Facebook como ejemplos.

---

<sup>89</sup> Ellen Wauters, Eva Lievens, y Peggy Valcke, «Towards a Better Protection of Social Media Users: A Legal Perspective on the Terms of Use of Social Networking Sites», *International Journal of Law and Information Technology* 22, n° 3 (1 de septiembre de 2014): 263-64, <https://doi.org/10.1093/ijlit/eau002>.

<sup>90</sup> Documental de Netflix: The great hack.

<sup>91</sup> Ley 19.496, art. 1.6.

En el apartado 4 punto 3 se limita la responsabilidad de Facebook en los siguientes términos:

*“(…) No podemos predecir cuándo puede surgir un problema con nuestros Productos. En consecuencia, nuestra responsabilidad se limitará al máximo alcance que la ley aplicable permita, y bajo ninguna circunstancia seremos responsables ant[e] ti por la pérdida de ganancias, ingresos o información, ni por daños consecuentes, especiales, indirectos, ejemplares, punitivos o incidentales que surjan a raíz de estas Condiciones o los Productos de Facebook, o en relación con ellos, incluso si se nos advirtió sobre la posibilidad de que ocurran dichos daños”.*<sup>92</sup>

Esta limitación de responsabilidad está redactada en términos muy amplios por lo que prácticamente Facebook no respondería ante sus usuarios por ningún tipo de daño o ilegalidad, inclusive si existió algún tipo de aviso o notificación por contenido o acciones potencialmente dañinas. Frente a este tipo de cláusulas es fundamental poder determinar si la ley de protección de los derechos de los consumidores es aplicable o no. Dado que el Derecho Común acepta este tipo de cláusulas en función de la autonomía de las partes, limitándose solo por los artículos 1.478 y 1.465 del Código Civil, donde se prohíbe las obligaciones contraídas bajo condiciones meramente potestativas del deudor y la condonación del dolo futuro.<sup>93</sup>

Por otra parte, si este contrato de adhesión estuviera regulado por la ley N° 19.496 esta cláusula sería nula por ser abusiva y estar expresamente prohibida por el artículo 16 letra e) que dice, “no producirán efecto alguno en los contratos de adhesión las cláusulas o estipulaciones que: e) Contengan limitaciones absolutas de responsabilidad frente al consumidor que puedan privar a éste de su derecho a resarcimiento frente a deficiencias que afecten la utilidad o finalidad esencial del producto o servicio”.<sup>94</sup> De esta forma, los usuarios podrían reclamar responsabilidad ante Facebook y exigir resarcimientos frente a las deficiencias de la plataforma online.

La categoría jurídica aplicable a esta relación contractual es de tal relevancia que incluso las condiciones de Facebook hacen su distinción en el apartado concerniente a la resolución de disputas:

---

<sup>92</sup> Condiciones del Servicio de Facebook, Punto 4.3, <https://www.facebook.com/legal/terms/update>, accedido el 3 de abril de 2021.

<sup>93</sup> De la Maza y Cruz, «Contratos por adhesión en plataformas electrónicas», 41.

<sup>94</sup> Ley 19.496, art.16 letra e).

*“(…) Si eres consumidor, las leyes del país donde resides se aplicarán a cualquier reclamación, causa o disputa que presentes contra nosotros y que surja como consecuencia de estas Condiciones o los Productos de Facebook, o en relación con ellos. Asimismo, puedes resolver la reclamación en cualquier tribunal competente del país que tenga jurisdicción. En todos los demás casos, aceptas que la reclamación debe resolverse de forma exclusiva en el Tribunal Federal del Distrito Norte de California de los Estados Unidos o en un tribunal estatal ubicado en el condado de San Mateo. Asimismo, aceptas someterte a la jurisdicción personal de cualquiera de estos tribunales con el propósito de litigar cualquier reclamación y que las leyes del estado de California regirán estas Condiciones, así como cualquier reclamación, independientemente de las disposiciones sobre conflictos de leyes”.*<sup>95</sup>

La cláusula precedente radica la competencia del tribunal para conocer las disputas entre Facebook y sus usuarios. La distinción entre usuario-consumidor y usuario-no consumidor es de tal relevancia que si consideramos que los chilenos usuarios de Facebook son consumidores estos podrían reclamar en el Juzgado de Policía Local de la comuna de su residencia,<sup>96</sup> pero si consideramos que la ley N° 19.496 no es aplicable, estos tendrían que ir a California, Estados Unidos a litigar y bajo las leyes del estado de California, quedando fuera de cualquier amparo que la ley chilena podría ofrecer. Más adelante se analizará con mayor detalle los foros de competencia aplicable en materias de consumo.

En conclusión, a pesar de que ya es una discusión en doctrina el tema de que los datos personales podrían ser una forma de pago, para la ley chilena la relación entre Facebook y sus usuarios no es una relación de consumo. El lenguaje utilizado por la ley N° 19.496 es restringido e interpretar su artículo primero de una manera que permitiera considerar a los usuarios de Facebook como consumidores sería contrario a derecho. Se necesita reformar la ley en cuestión y modernizar el concepto de consumidor en Chile, considerando que especialmente en las plataformas online los usuarios no pagan directamente por el servicio que utilizan, pero que el proveedor de esos servicios si realiza actividades comerciales en los países del domicilio de esos usuarios, planteándose de igual forma una relación de desigualdad que merece ser regulada por el Derecho de Consumo.

---

<sup>95</sup> Condiciones del Servicio de Facebook, Punto 4.4, <https://www.facebook.com/legal/terms/update>, accedido el 3 de abril de 2021.

<sup>96</sup> Ley 19.496, art. 50A.

### C. Foros de competencia especial y cesión de derechos

Continuando con nuestro análisis, se revisarán los aspectos relacionados a las normas de competencia y la cesión de derechos mencionados en el caso Schrems v. Facebook. Comenzaremos revisando 1) el concepto de foros de competencia en general y los aspectos básicos de este. Posteriormente, 2) se revisará el reglamento europeo sobre a) las normas que establecen los foros de competencia especial en materia de consumidores y b) la cesión de derechos. Por último, 3) se estudiará la situación en Chile.

#### 1. Foros de competencia

La competencia se encuentra definida en nuestro Código Orgánico de Tribunales como “la facultad que tiene cada juez o tribunal para conocer de los negocios que la ley ha colocado dentro de la esfera de sus atribuciones”.<sup>97</sup> La competencia judicial civil internacional busca determinar a qué tribunal de qué Estado se le atribuirá el conocimiento del asunto litigioso cuando este se encuentre caracterizado por dos adjetivos: ‘privado’ e ‘internacional’.<sup>98</sup>

Existen diferentes definiciones de competencia judicial civil internacional, una de estas definiciones explica que “las normas reguladoras de la competencia judicial internacional establecen en qué condiciones, bajo qué requisitos, pueden conocer los órganos jurisdiccionales de un Estado de los problemas que se suscitan en las relaciones que aparecen conectadas con más de un ordenamiento jurídico”.<sup>99</sup>

En cuanto al alcance de la palabra ‘internacional’ se entiende que este no deriva del hecho de que los tribunales que conocen de estos asuntos sean tribunales internacionales, como lo sería la Corte Internacional de Justicia de La Haya que resuelve conflictos entre los Estados que se someten a su jurisdicción, sino que por el contrario los tribunales competentes son tribunales nacionales de un Estado que se encuentra de alguna forma vinculado con el

---

<sup>97</sup> Código Orgánico de Tribunales, art. 108.

<sup>98</sup> Sonia Rodríguez Jiménez, *Competencia judicial civil internacional*, Segunda edición, Serie Doctrina jurídica, núm. 472 (Mexico: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2016), 7.

<sup>99</sup> Rodríguez Jiménez, 8, op cit n° 8.

supuesto de hecho. Asimismo, no se le llama competencia ‘internacional’ porque las normas que dan respuesta a la pregunta de qué tribunal de qué Estado es competente para conocer del asunto tengan un origen internacional. Al contrario, la regla general es que sean los ordenamientos jurídicos internos que regulen estas materias en los Códigos de Procedimientos Civiles, o en los tratados o convenios rectificadas por los Estados. El adjetivo ‘internacional’ se encuentra presente porque las normas de competencia judicial civil internacional ofrecen respuesta a situaciones privadas con elementos de extranjería.<sup>100</sup>

La norma de competencia judicial civil internacional contiene tres elementos, a saber, un supuesto de hecho, un punto de conexión o foros de atribución de competencia y una consecuencia jurídica. El supuesto de hecho es “el objeto, materia o litigio a conocer y resolver”.<sup>101</sup> La consecuencia jurídica es “la atribución de competencia o en su caso de incompetencia a los órganos jurisdiccionales (...) [de un estado] para conocer y resolver sobre el fondo de un supuesto de hecho planteado”.<sup>102</sup>

En cuanto al punto de conexión o foro de competencia este busca establecer qué tribunal es el más adecuado para conocer y resolver del asunto litigioso con caracteres de extranjería. “Se entiende por *foro* de competencia judicial internacional la circunstancia presente en las situaciones privadas internacionales, utilizada por el legislador para atribuir el conocimiento de las mismas a sus órganos jurisdiccionales”.<sup>103</sup>

A pesar de que en el Derecho Internacional Privado el término ‘foro’ se utiliza de varias formas, en el presente trabajo será utilizado para referirse a los tribunales de un determinado Estado que, declarando su competencia judicial civil internacional para conocer de un determinado asunto, conocen y resuelven el fondo de este.

Los foros de competencia son normas de atribución de competencia. Establecen determinados criterios o requisitos que de cumplirse nos dicen que tribunal es el más cercano

---

<sup>100</sup> Rodríguez Jiménez, 9.

<sup>101</sup> Rodríguez Jiménez, 70, op cit n° 151.

<sup>102</sup> Rodríguez Jiménez, 74.

<sup>103</sup> Rodríguez Jiménez, 73, op cit n° 158.

o apropiado para conocer del asunto litigioso. “[C]ontiene el criterio de vinculación y proximidad razonable que debe tener el supuesto de hecho con el Poder Judicial (...) [de un Estado] que dé razón suficiente y necesario para la determinación de la consecuencia jurídica, para la atribución de competencia judicial civil internacional”.<sup>104</sup>

La redacción de estos foros de competencia se establece en función de objetivos políticos, como son la protección de la soberanía estatal o de la parte más débil de una relación jurídica. En los casos especiales en que se busca alcanzar un determinado tipo de protección, se orienta el punto de conexión, es decir, la ley orienta la competencia judicial civil internacional de una forma en la que pueda velar por esa protección.<sup>105</sup> Un claro ejemplo sería en las materias relacionadas al derecho de consumo, la norma de competencia establece como foro especial de competencia que el consumidor podrá demandar en los tribunales de su domicilio. A través del elemento del domicilio del consumidor la norma orienta la competencia para que sean los tribunales del mismo Estado del consumidor quienes revisen el asunto litigioso.

En el caso particular en estudio, el artículo 16.1 del Reglamento 44/2001, que será analizado con mayor detalle en el punto siguiente, permite al consumidor elegir entre demandar en los tribunales de su domicilio o del domicilio del productor o proveedor de servicios. Este tipo de foros de competencia se llaman facultativos o alternativos.

Los foros de competencia facultativos tienen como característica determinante que son competentes, de manera indistinta, más de un tribunal. Cuando existen varios Estados vinculados con el supuesto de hecho y todos esos Estados son potencialmente competentes para conocer y resolver del asunto litigioso estamos en presencia de foros internacionales de competencia facultativos. Este tipo de norma de competencia entrega a las partes la decisión de elegir el tribunal competente.<sup>106</sup>

Cuando existan foros de competencia alternativos, el actor podrá elegir entre los tribunales potencialmente competentes el que más se acomode a su posición. Podrá elegir según la

---

<sup>104</sup> Rodríguez Jiménez, 73.

<sup>105</sup> Rodríguez Jiménez, 73.

<sup>106</sup> Rodríguez Jiménez, 102, 104.

cercanía física del territorio en que se encuentra el tribunal, el idioma, las posibilidades de hacer efectivo el pronunciamiento judicial emitido, entre otras cosas. En consecuencia de la multiplicidad de foros, surge lo que en doctrina se denomina *forum shopping*. El *forum shopping* se define como “ciertas prácticas seguidas por algunos abogados (generalmente de los actores) para llevar su demanda al foro que conviene más a sus intereses”.<sup>107</sup>

En el caso Schrems v. Facebook, uno de los argumentos de Facebook contra la cesión de derechos fue el *forum shopping*. Recordemos que el argumento de la demandada consistía en que, si se admitían las acciones cedidas, se daría pie a una cesión de acciones descontrolada por consumidores de cualquier jurisdicción en busca de una jurisprudencia más favorable que la suya propia.

Pero vale decir que el *forum shopping per se* es aceptable y legal. Lo que determinará la legalidad del *forum shopping* es la previsibilidad del tribunal competente para conocer del asunto. Claramente la elección de un foro solo con el fin de perjudicar al demandado es un ejemplo de abuso del derecho y representa un desequilibrio procesal inaceptable. Pero si esta elección de foro se produce precisamente por la parte más débil de la relación jurídica y la norma de competencia expresamente permite una elección de foros determinados, solo estamos en presencia de una estrategia procesal perfectamente válida y legal, en razón a que a través del foro de competencia facultativo se busca remediar el desequilibrio entre las partes.<sup>108</sup>

A pesar de que el tema de la cesión de acciones se revisará con mayor profundidad más adelante, podemos adelantar que el *forum shopping* no es una práctica ilegal, y el argumento mencionando por Facebook no apuntaba a la elección de foros que puede hacer el actor en su calidad de consumidor, sino que mediante la cesión de acciones los actores podrían encontrar una ventana hacia una gran cantidad de foros no mencionados en la norma especial de competencia, obviando así el requisito de la previsibilidad de los foros de competencia alternativos.

---

<sup>107</sup> Rodríguez Jiménez, 104, op cit n° 211.

<sup>108</sup> Rodríguez Jiménez, 104, 105.

## 2. Reglamento europeo

### a) Foros de competencia especial en materia de consumidores

Una vez determinada la calidad de consumidor del demandante, o establecida la relación de consumo, se procede con las reglas especiales de competencia en materia de consumidores.

Al igual que la sección anterior, el análisis se remitirá al Reglamento 1215/2012 vigente en la materia aun cuando el TJUE en el caso estudio se refiera al derogado Reglamento 44/2001. Existen pequeñas diferencias en la redacción y palabras de ambos reglamentos que, a pesar de no manifestar gran diferencia para su interpretación, merece la pena destacar.

El artículo más relevante en materia de competencia especial de consumidores es al antiguo artículo 16, hoy artículo 18 del Reglamento 1215/2012. El artículo 18 del mencionado reglamento establece lo siguiente:

- “1. La acción entablada por un consumidor contra la otra parte contratante podrá interponerse ante los *órganos jurisdiccionales* del Estado miembro en que esté domiciliada dicha parte o, *con independencia del domicilio de la otra parte*, ante el órgano jurisdiccional del lugar en que esté domiciliado el consumidor.
2. La acción entablada contra el consumidor por la otra parte contratante solo podrá interponerse ante los *órganos jurisdiccionales* del Estado miembro en que esté domiciliado el consumidor.
3. El presente artículo no afectará al derecho de formular una reconvencción ante el *órgano jurisdiccional* que conozca de la demanda inicial de conformidad con la presente sección”.<sup>109</sup>

El antiguo artículo 16 utilizaba la palabra ‘tribunales’ en vez de órganos jurisdiccionales como lo realiza el nuevo reglamento. Este cambio de vocablo solo representa el entendimiento de que los órganos competentes para conocer del asunto podrían no ser tribunales, debido a que el término ‘órgano jurisdiccional’ es más extenso que el término ‘tribunal’.

---

<sup>109</sup> «Reglamento 1215/2012 sobre competencia judicial», art. 18. (Énfasis añadido).

Lo que llama la atención es la frase agregada por el nuevo reglamento donde se establece que ‘con independencia del domicilio de la otra parte’ el consumidor podrá demandar ante el órgano jurisdiccional de su domicilio. Es decir, aun cuando el proveedor de servicios o el comerciante no se encuentre domiciliado en un Estado miembro, el consumidor cuyo domicilio es un Estado miembro puede hacerse valer del artículo 18 del Reglamento 1215/2012.

Así mismo lo expresa el artículo 6.1 del nuevo reglamento, donde se le atribuye al consumidor la posibilidad de demandar ante los tribunales de su propio domicilio conforme al artículo 18.1, aun cuando el demandando no esté domiciliado en un Estado miembro. El Reglamento 44/2001 en su artículo 4 no contenía esta mención, por lo que “los fueros de protección de los consumidores resultaban únicamente de aplicación cuando el demandando estuviera domiciliado en un Estado miembro, resultando preciso en el resto de los casos acudir al régimen de fuente interna”.<sup>110</sup>

Para analizar las reglas especiales de competencia es importante recordar lo que dijo el TJUE en el caso Schrems v. Facebook. La sección cuarta capítulo II del Reglamento 44/2001 es una excepción tanto a las reglas generales de competencia como a las reglas de competencia especial en materia de contratos.<sup>111</sup> De acuerdo al artículo 4 del Reglamento 1215/2012, la regla general en materia de competencia establece que “las personas domiciliadas en un Estado miembro estarán sometidas, sea cual sea su nacionalidad, a los órganos jurisdiccionales de dicho Estado”.<sup>112</sup> De acuerdo al artículo 7 del mismo reglamento se establece que una persona domiciliada en un Estado miembro podrá ser demandada en otro Estado miembro por razones contractuales, en este caso el tribunal competente será aquel “del lugar en el que se haya cumplido o deba cumplirse la obligación que sirva de base a la demanda”.<sup>113</sup>

---

<sup>110</sup> Pedro De Miguel Asensio, «Demandas frente a redes sociales por daños en materia de datos personales: Precisiones sobre competencia judicial», 4.

<sup>111</sup> Maximilian Schrems v. Facebook Ireland Limited, párr. 43.

<sup>112</sup> «Reglamento 1215/2012 sobre competencia judicial», art. 4.

<sup>113</sup> «Reglamento 1215/2012 sobre competencia judicial», art. 7.1 letra a).

Como regla general debemos recordar que “[l]as normas de competencia judicial deben presentar un alto grado de previsibilidad y deben fundamentarse en el principio de que la competencia judicial se base generalmente en el domicilio del demandando. La competencia judicial debe regirse siempre por este principio, excepto en algunos casos muy concretos en los que el objeto del litigio o la autonomía de las partes justifique otro criterio de conexión (...)”.<sup>114</sup> Pero aun cuando se utilice otro criterio de conexión el requisito de previsibilidad de la competencia judicial sigue siendo relevante.

Es más que claro que la situación de los consumidores como parte más débil de la relación contractual merece un criterio de conexión diferente, por eso existen las reglas de competencia judicial especial del artículo 18 del Reglamento 1215/2012 siendo estas doblemente excepcionales, y por la misma razón es que su interpretación debe ser restringida. “En lo que atañe a (...) los contratos celebrados por los consumidores (...), debe protegerse a la parte más débil mediante normas de competencia más favorables a sus intereses de lo que disponen las normas generales”.<sup>115</sup>

De esta forma, cuando el demandante sea calificado como consumidor en los términos del artículo 17 del Reglamento 1215/2012, el artículo 18 le permite ejercer su acción contra la otra parte ante los órganos jurisdiccionales del Estado miembro en que esté domiciliado el demandando o, en el Estado miembro del domicilio del consumidor aun cuando el proveedor de servicios o comerciante no esté domiciliado en algún Estado de la Unión Europea. Es importante recordar que los foros de competencia del Reglamento 1215/2012 solo resultan aplicables cuando el contrato celebrado con consumidores tenga un elemento de extranjería.<sup>116</sup>

En atención a la jerarquía de foros, las normas de competencia especial del artículo 18.1 del Reglamento 1215/2012 no permiten la aplicación de las normas generales de la prórroga de la competencia o los pactos de sumisión.<sup>117</sup> “Debe respetarse la autonomía de las partes de

---

<sup>114</sup> «Reglamento 1215/2012 sobre competencia judicial», párr. 15.

<sup>115</sup> «Reglamento 1215/2012 sobre competencia judicial», párr. 18.

<sup>116</sup> Caamiña Domínguez, «El consumidor frente al profesional en entornos digitales. Tribunales competentes y ley aplicable», párr. 24.

<sup>117</sup> Caamiña Domínguez, párr. 25.

un contrato, excepto en (...) los contratos celebrados por consumidores (...), en los que solo se concede una autonomía limitada para elegir el órgano jurisdiccional competente (...).<sup>118</sup>

Esa ‘autonomía limitada’ a la que se refiere el preámbulo del Reglamento 1215/2012 se encuentra en el artículo 19 del mismo instrumento donde se establece:

“Únicamente prevalecerán sobre las disposiciones de la presente sección los acuerdos:

- 1) posteriores al nacimiento del litigio;
- 2) que permitan al consumidor formular demandas ante órganos jurisdiccionales distintos de los indicados en la presente sección, o
- 3) que, habiéndose celebrado entre un consumidor y su cocontratante, ambos domiciliados o con residencia habitual en el mismo Estado miembro en el momento de la celebración del contrato, atribuyan competencia a los órganos jurisdiccionales de dicho Estado miembro, a no ser que la ley de este prohíba tales acuerdos”.<sup>119</sup>

Es decir, el artículo 19 del Reglamento 1215/2012 en razón de su especialidad deja nulos cualquier pacto de prórroga expresa de la competencia que las partes de una relación de consumo podrían realizar según el artículo 25 del mismo reglamento. Es común en los proveedores de servicios online y redes sociales agregar dentro de sus cláusulas de términos y condiciones un apartado sobre los tribunales competentes para conocer de los asuntos litigiosos que se produzcan con sus usuarios, con el propósito de concentrar esos litigios en el lugar por ellos designado.<sup>120</sup> El artículo 19 antes mencionado deja esas cláusulas sin efecto.

En cuanto a la prórroga tácita de la competencia mencionada en el artículo 26 del reglamento en estudio se establece que “1. [c]on independencia de los casos en los que su competencia resulte de otras disposiciones del presente Reglamento, será competente el órgano jurisdiccional de un Estado miembro ante el que comparezca el demandado. Esta regla no será de aplicación si la comparecencia tiene como objeto impugnar la competencia o si existe otra jurisdicción exclusivamente competente en virtud del artículo 24. 2. En las materias contempladas en las secciones 3, 4 o 5, si el demandado es (...) el consumidor (...), el órgano

<sup>118</sup> «Reglamento 1215/2012 sobre competencia judicial», párr. 19.

<sup>119</sup> «Reglamento 1215/2012 sobre competencia judicial», art. 19.

<sup>120</sup> De Miguel Asensio, «Demandas frente a redes sociales por daños en materia de datos personales: Precisiones sobre competencia judicial», 2.

jurisdiccional se asegurará, antes de asumir la competencia en virtud del apartado 1, de que se ha informado al demandado de su derecho a impugnar la competencia del órgano jurisdiccional y de las consecuencias de comparecer o no”.<sup>121</sup>

El TJUE ya ha mencionado que “la sumisión tácita no puede operar si el demandado propone una excepción de incompetencia o si la materia sobre la que versa el fondo del asunto es una de las correspondientes a los *foros exclusivos* del Reglamento”.<sup>122</sup> A pesar de que la sumisión tácita puede ocurrir en el ámbito de las relaciones de consumo, no será frecuente que el consumidor interponga una demanda ante un tribunal distinto al de su domicilio, y que además, el profesional o comerciante demandado conteste la demanda sin impugnar la competencia según el artículo 26.<sup>123</sup>

En conclusión, las normas especiales de competencia de la sección 4 del Reglamento 1215/2012 buscan garantizar la protección de la parte más débil de las relaciones de consumo, evitando que el profesional, comerciante o proveedor de servicios pueda imponer como tribunal competente aquel que sea más favorable a sus intereses y, que el consumidor se vea obligado a litigar ante tribunales respecto de los cuales desconoce el sistema judicial, la ley aplicable, el idioma, entre otros problemas que podrían surgir, sin mencionar el elevado costo económico que significaría para el consumidor proceder con una demanda en estas condiciones. Si recordamos que por regla general las demandas de los consumidores son de baja cuantía, el consumidor simplemente desistiría de ejecutar sus derechos provocándose así una clara limitación al acceso a la justicia y la reparación de daños por concepto de responsabilidad, permitiéndole al proveedor de productos o servicios no asumir realmente los riesgos de su ejercicio económico. Toda esta protección se complementa con las limitaciones a la autonomía de la voluntad respecto de las cláusulas de prórroga de la competencia en contratos de consumo.<sup>124</sup>

---

<sup>121</sup> «Reglamento 1215/2012 sobre competencia judicial», art. 26.

<sup>122</sup> Caamiña Domínguez, «El consumidor frente al profesional en entornos digitales. Tribunales competentes y ley aplicable», párr. 16.

<sup>123</sup> Caamiña Domínguez, párr. 27.

<sup>124</sup> Lafuente Sánchez, «El criterio del International Stream-of-Commerce y los foros de competencia en materia de contratos electrónicos celebrados con consumidores», párr. 2.

## b) Cesión de derechos

Recordemos que en el caso estudio, el TJUE una vez determinada la condición de consumidor del señor Schrems, debía pronunciarse respecto de las acciones cedidas de otros siete consumidores que fueron presentadas conjuntamente con la acción del demandante.

Según lo establecido por el TJUE en su sentencia, la Sección cuarta del Reglamento 44/2001 tiene como objetivo la protección de la parte más débil de una relación de consumo. Y para que tengan aplicación estas normas es necesario que exista primeramente una relación contractual entre quien tiene la condición de consumidor y el proveedor de productos y servicios y, que tal consumidor sea efectivamente una de las partes del juicio, es decir sea el demandante o el demandado.<sup>125</sup>

En este sentido, el TJUE en base al Reglamento en cuestión establece que entre demandante y demandado debe existir un contrato concreto para alegar el foro del lugar del domicilio del consumidor. El artículo 18.1 del Reglamento 1215/2012 dice textualmente “[l]a acción entablada por un consumidor *contra la parte contratante (...)*”, es decir, la demanda debe dirigirse contra la contraparte de un contrato de consumo.<sup>126</sup>

En la medida que las reglas de competencia especial en materia de consumo establecen que, los tribunales competentes para conocer del asunto son aquellos del domicilio del consumidor o del domicilio del proveedor, la previsibilidad requerida como requisito de las reglas de competencia judicial internacional se cumple, porque el proveedor según el consumidor con el que contrate sabrá en qué país podrá ser demandado. En cambio, si se aceptara la cesión de derechos, el profesional podría ser demandando ante los tribunales del domicilio de cualquier cesionario, siendo este caso imprevisible y contrario a la seguridad jurídica necesaria para las relaciones contractuales.<sup>127</sup>

---

<sup>125</sup> Maximilian Schrems v. Facebook Ireland Limited, párr. 44, 45.

<sup>126</sup> Caamiña Domínguez, «La noción de “consumidor” en internet: El asunto C-498/16, Maximilian Schrems y facebook Ireland Limited», párr. 27.

<sup>127</sup> Caamiña Domínguez, párr. 28.

Lo fallado por el TJUE se establece con independencia de la condición del cesionario. Es decir, aun cuando el cesionario sea también consumidor del mismo proveedor no son aplicables las reglas del artículo 18 del Reglamento 1215/2012, esto en razón a que “una transmisión de créditos no puede, en sí misma, tener incidencia sobre la determinación del tribunal competente”.<sup>128</sup> Aún más, el TJUE no distingue según el domicilio de los cedentes, considerando que algunos cedentes tenían el mismo lugar de domicilio que el señor Schrems y el tribunal tampoco consideró aplicable las reglas especiales de competencia en materia de consumo en ese caso.<sup>129</sup>

La última parte del artículo 18.1 del Reglamento 1215/2012, es decir aquella que le permite al consumidor demandar en los tribunales de su domicilio, no se aplica cuando el consumidor busca ejercer derechos cedidos por otros consumidores, de modo que la acumulación de las acciones de los consumidores se limitará a los tribunales del domicilio del demandado, es decir del proveedor de productos o servicios.<sup>130</sup>

Una de las alegaciones de la parte demandante en el juicio fue la carencia de un sistema colectivo para interponer demandas, enumerando razones de cómo este tipo de sistema beneficiaría a los consumidores y a los distintos tribunales que deben fallar de forma individual el mismo problema que aqueja a un conjunto de consumidores frente al mismo proveedor. Hoy en día este problema se supera en parte con el Reglamento 2016/679 relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE.

El Reglamento 2016/679 establece la posibilidad de que una entidad, organización o asociación sin ánimo de lucro represente a los interesados,<sup>131</sup> interesados que como es el caso en estudio podrían ser también consumidores. Este avance, si bien limitado, facilita la tutela privada de derechos en la medida que, de acuerdo al artículo 80 del mencionado reglamento,

---

<sup>128</sup> Maximilian Schrems v. Facebook Ireland Limited, párr. 48.

<sup>129</sup> Caamiña Domínguez, «La noción de “consumidor” en internet: El asunto C-498/16, Maximilian Schrems y facebook Ireland Limited», párr. 30.

<sup>130</sup> De Miguel Asensio, «Demandas frente a redes sociales por daños en materia de datos personales: Precisiones sobre competencia judicial», 7.

<sup>131</sup> De Miguel Asensio, 7.

los afectados no se ven en la necesidad de demandar de forma individual, sino que pueden otorgar mandato a una entidad sin ánimo de lucro que haya sido correctamente constituida con arreglo al Derecho de un Estado miembro y, que actúe en el ámbito de la protección de los derechos y libertades de los interesados en materia de protección de sus datos personales, para que presente en su nombre la reclamación, y ejerza en su nombre los derechos contemplados en el mismo reglamento.<sup>132</sup>

Otro aspecto interesante del Reglamento 2016/679 es que según el artículo 79.2 los interesados que consideran que sus derechos han sido vulnerados de acuerdo el mismo reglamento, pueden demandar al responsable del tratamiento de datos personales en cualquier Estado en el que tenga un ‘establecimiento’, no necesariamente el domicilio, (aunque en muchas ocasiones el lugar del establecimiento del proveedor coincidirá con el lugar del domicilio) y, alternativamente prevé la posibilidad de demandar ante los tribunales de su propia residencia.<sup>133</sup>

Para las personas jurídicas, el lugar de su domicilio se encuentra establecido por el artículo 63 del Reglamento 1215/2012, determinando que el domicilio será “en el lugar en que se encuentra: a) su sede estatutaria; b) se administración central, o c) su centro de actividad principal”.<sup>134</sup> En cambio, el concepto de establecimiento es un concepto amplio y flexible que se extiende “a cualquier actividad real y efectiva, aun mínima, ejercida mediante una instalación estable”.<sup>135</sup>

Al utilizar el concepto de establecimiento, el Reglamento 2016/679 permite atribuir competencia a tribunales de Estados que según las reglas generales del Reglamento 1215/2012 no la tendrían. Lo antes mencionado en conjunto con lo establecido por el artículo 80 sobre la posibilidad de actuación de organizaciones que representen a los afectados, permite un caso de

---

<sup>132</sup> «Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE», *Diario Oficial de la Unión Europea*, 27 de abril de 2016, art. 80.

<sup>133</sup> De Miguel Asensio, «Demandas frente a redes sociales por daños en materia de datos personales: Precisiones sobre competencia judicial», 7.

<sup>134</sup> «Reglamento 1215/2012 sobre competencia judicial», art. 63.

<sup>135</sup> De Miguel Asensio, «Demandas frente a redes sociales por daños en materia de datos personales: Precisiones sobre competencia judicial», 8.

ejercicio de acciones colectivas por parte de interesados procedentes de diversos Estados. Aún más, el artículo tercero del Reglamento 2016/679 establece que el presente reglamento se aplica en el contexto de actividades de un establecimiento del responsable, independiente de si el tratamiento ilegal de datos personales ocurre dentro de ese establecimiento en concreto, es decir, cualquier establecimiento del responsable en un Estado miembro puede ser relevante para atribuir competencia.<sup>136</sup>

El Reglamento 2016/679 llega a ampliar los foros disponibles para aquellas personas que de acuerdo al artículo 17 del Reglamento 1215/2012 sean consumidores y además se vean en una situación donde el proveedor de servicios haya incumplido las normas sobre protección de datos personales. El artículo 79.2 del Reglamento 2016/679 “complementa los fueros disponibles en virtud del Reglamento 1215/2012, y requiere que éstos se interpreten de modo que no priven de efecto útil al artículo 79.2”.<sup>137</sup>

El Reglamento 2016/679 sobre protección de datos es de fecha 27 de abril del año 2016, y a pesar de que en el caso Schrems v. Facebook la decisión prejudicial planteada por los tribunales austriacos tiene fecha 19 de septiembre de 2016, el mencionado reglamento no es aplicable por la fecha en que ocurrieron los hechos y, porque la interposición de la demanda ante el Tribunal Regional de Viena claramente también es de fecha anterior. Pero el caso en estudio es un ejemplo donde el Reglamento 2016/679 tendría aplicación respecto de las alegaciones a las infracciones en materia de protección de datos. En el caso hipotético que el Reglamento 2016/679 hubiera sido aplicable, aquellos consumidores de domicilio en los Estados miembros, en vez de ceder sus acciones al señor Schrems, pudieron haber reclamado de forma conjunta a través de una organización sin fines de lucro en el Tribunal Regional de Viena, aplicando el mencionado artículo 80, en razón a que, en el caso en estudio, la empresa de Facebook si tiene un establecimiento en Austria.<sup>138</sup>

---

<sup>136</sup> De Miguel Asensio, 8.

<sup>137</sup> De Miguel Asensio, 9.

<sup>138</sup> De Miguel Asensio, 8.

### 3. Situación en Chile

Como mencionamos previamente, el requisito exigido por la ley N° 19.496 sobre que los consumidores deben pagar un precio o tarifa por el servicio que reciben, deja fuera cualquier protección que la ley sobre protección a los derechos de los consumidores pudiera ofrecer. Este hecho es lamentable, porque como hemos visto a lo largo del estudio del caso Schrems v. Facebook, aun cuando los usuarios de Facebook no paguen en dinero por el servicio de Facebook, si existen conflictos entre la empresa y los usuarios, y la clara desigualdad entre las partes deja muy desprotegidos a los usuarios chilenos de la plataforma online.

Uno de los grandes beneficios de la ley chilena sobre protección a los consumidores es la existencia del Servicio Nacional de Consumidor (Sernac) y las asociaciones de consumidores. En términos generales, el Sernac es un servicio público descentralizado que vela por el cumplimiento de las normas sobre protección de los consumidores y busca difundir los derechos y deberes del consumidor y realizar acciones de información y educación del consumidor.<sup>139</sup> Por su parte, las asociaciones de consumidores son una organización constituida por personas naturales o jurídicas, cuyo objetivo es proteger, informar, educar a los consumidores y asumir su representación y defensa de derechos.<sup>140</sup>

Tanto el Sernac como la asociación de consumidores, e inclusive un grupo de consumidores afectados no inferior a 50 personas, pueden interponer demandas colectivas cuando se vea afectado el interés colectivo o difuso de los consumidores.<sup>141</sup> Las acciones de interés colectivo son “aquellas que se promueven en defensa de derechos comunes a un conjunto determinado de consumidores, ligados con un proveedor por un vínculo contractual. Son de interés difuso las acciones que se promueven en defensa de un conjunto indeterminado de consumidores afectados en sus derechos”.<sup>142</sup> Los tribunales competentes para conocer de las acciones colectivas o difusas son los tribunales ordinarios de justicia, es decir los tribunales civiles, de acuerdo a las reglas generales que establece el Código de Procedimiento Civil.<sup>143</sup>

---

<sup>139</sup> Ley 19.496, art. 58.

<sup>140</sup> Ley 19.496, art. 5.

<sup>141</sup> Ley 19.496, art. 51.

<sup>142</sup> Ley 19.496, art. 50.

<sup>143</sup> Ley 19.496, art. 50A.

Las acciones de interés individual son aquellas que se promueven exclusivamente en defensa de los derechos de un consumidor afectado y son competentes para conocer de estas acciones, a elección del consumidor, el Juzgado de Policía Local correspondiente a su domicilio o al domicilio del proveedor.<sup>144</sup>

Pero como los usuarios de Facebook chilenos no son considerados consumidores, se deben seguir las reglas generales en materia de competencia y como vimos previamente, los términos y condiciones de Facebook establecen una prórroga expresa de la competencia al Tribunal Federal del Distrito Norte de California, Estados Unidos o a un tribunal estatal ubicado en el condado de San Mateo.<sup>145</sup>

Como el contrato celebrado entre Facebook y los usuarios chilenos se rige por la ley civil, el artículo 1.545 del Código Civil chileno hace plenamente aplicable y vinculante esta prórroga de la competencia, surgiendo así el caso que cualquier demanda que Facebook reciba de parte de un usuario chileno en los tribunales chilenos no prosperaría, simplemente la demandada opondría la excepción de incompetencia en base al punto 4.4 de sus términos y condiciones que el usuario aceptó.

La ley sobre protección a los consumidores aborda el tema de las cláusulas abusivas, de las demandas colectivas, las organizaciones de consumidores y servicios públicos que los defiendan, pero todas estas normas de protección no son aplicables a los millones de usuarios de la red social de Facebook que se encuentran en nuestro país. A pesar de que la empresa de Facebook realiza actividades comerciales en Chile y genera ganancias gracias a la gran cantidad de usuarios que utilizan la plataforma online todos los días, la legislación nacional falla en proteger a esos usuarios, a pesar de que existe una clara relación de desigualdad.

---

<sup>144</sup> Ley 19.496, art. 50 y 50A.

<sup>145</sup> Condiciones del Servicio de Facebook, Punto 4.4, [https://web.facebook.com/legal/terms/update?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/legal/terms/update?_rdc=1&_rdr), accedido el 3 de abril de 2021.

## V. Conclusión

El caso Schrems v. Facebook representa una buena oportunidad para que el TJUE se pronunciara sobre aspectos controvertidos en materia de consumidores de servicios de internet. Resulta complejo visualizar los términos y condiciones de Facebook como un contrato, pero los contratos electrónicos son válidos cuando se ha manifestado una voluntad clara de quedar obligados por ellos. A pesar de que no existe conciencia en la ciudadanía de que con Facebook los usuarios tenemos un contrato que regula los servicios ofrecidos, la relación contractual existe y regula materias tan importantes como la responsabilidad, la ley aplicable y la competencia judicial civil internacional.

Los reglamentos europeos definen al consumidor bajo un criterio restrictivo según la noción de ‘destinatario final’. Esto quiere decir que el uso que el consumidor le dé a los bienes o servicios debe ser un uso ajeno a su actividad profesional. En este punto, el TJUE en el caso en estudio realiza una interpretación expansiva del concepto de consumidor, cambiando el criterio anteriormente usado de ‘uso no profesional insignificante’ a un ‘uso esencialmente profesional’.

El criterio de ‘uso esencialmente profesional’ representa un cambio sumamente beneficioso para los consumidores de redes sociales cuyo domicilio se encuentra en un Estado miembro de la Unión Europea. Los servicios de redes sociales se usan por un largo periodo de tiempo y como es natural estos pueden variar, cambiar o evolucionar. Según el Reglamento 1215/2012 y el criterio del TJUE, la condición inicial de consumidor que tiene un usuario de una red social se mantiene dependiendo si el uso inicial del servicio ‘esencialmente no profesional’ no ha evolucionado hacia un uso ‘esencialmente profesional’.

Todos aquellos usuarios de Facebook domiciliados en un Estado miembro, cuyo uso de la plataforma no sea esencialmente profesional, quedan cubiertos por la protección de un foro especial de competencia. El artículo 18 del Reglamento 1215/2012 permite al consumidor demandar al proveedor de servicios en los tribunales del estado del domicilio del proveedor o,

en los tribunales del domicilio del consumidor, independiente si el proveedor tiene o no su domicilio en un Estado miembro.

El foro especial de competencia en materia de consumidores contiene los conocidos criterios del *doing business* y *stream-of-commerce*, ampliamente discutidos en doctrina y jurisprudencia estadounidense y europea. En el caso Schrems v. Facebook el TJUE no tuvo que abordar estas discusiones porque claramente Facebook realiza actividades en Austria y en todo el mundo. Este punto nunca estuvo en discusión.

El foro especial de competencia de la sección cuarta del Reglamento 1215/2012 tiene como objetivo garantizar la protección de los consumidores como parte más débil de una relación de consumo. Con estas disposiciones se evita que el proveedor de servicios imponga el tribunal competente para resolver los conflictos que pudieran surgir entre la plataforma online y los usuarios. Si el tribunal competente es elegido por el proveedor será claramente beneficioso para sí mismo y generará un perjuicio para los consumidores que se ven obligados a litigar ante tribunales desconocidos, lejanos, en otros idiomas y a un costo económico muy elevado.

En razón de lo anterior, el Reglamento en estudio prohíbe los pactos de sumisión o prórroga expresa de la competencia en virtud de su artículo 19. Es usual que las plataformas online agreguen cláusulas que radiquen todos los conflictos en una sola jurisdicción, pero gracias a esta regulación esas cláusulas quedan sin efecto porque son contrarias a la reglamentación vigente.

En lo que respecta a la cesión de créditos, queda claro por el TJUE que estas no pueden generar nuevos foros de competencia. No es aceptable que una cesión de derechos cree tribunales competentes que no eran inicialmente competentes para el cedente. El tribunal descarta las alegaciones del demandante porque su interpretación contravenía los principios de interpretación estricta de la reglamentación en base a su doble excepcionalidad y, también por ser contraria a la necesaria previsibilidad que debe existir en los foros de competencia.

La carencia de demandas o alegaciones colectivas que alegaba el señor Schrems fueron suplidas en parte por el Reglamento 2016/679 al ampliar los foros de competencia disponibles para los consumidores. La agregación del concepto de ‘establecimiento’ permite en gran manera aumentar los tribunales competentes para conocer de las alegaciones sobre incumplimiento de normas sobre protección de datos personales. También, se permite la posibilidad de delegar las alegaciones en una organización, generando la instancia para demandas colectivas. Ambos reglamentos deben ser interpretados de un modo que no priven de efecto útil las disposiciones a favor de los consumidores.

El Reglamento europeo considera los servicios ofrecidos por plataformas online y redes sociales, es por esto que los usuarios de estas redes quedan protegidos en su condición de consumidor, caso contrario sucede con la legislación chilena. A pesar de que el concepto de consumidor en Chile también se basa en una noción restringida utilizando el requisito de ‘destinatario final’ del producto o servicio, el requisito de que se cobre un precio o tarifa por ese producto o servicio, deja fuera a los servicios de Facebook del ámbito de aplicación de la ley N° 19.496.

La ley N° 19.496 también evitaría que los proveedores de servicios concentren todos los casos en su contra en los tribunales más convenientes para ellos, pero al no ser aplicable la ley sobre protección de derechos de los consumidores, las cláusulas relativas a la radicación de competencia y prórroga expresa de la competencia son vinculantes para las partes, produciéndose lo que el Reglamento europeo buscó evitar, que el usuario se vea obligado a demandar en otro país, en circunstancias sumamente complicadas.

La ley chilena deja en indefensión a los usuarios de redes sociales en nuestro país. El concepto de consumidor que otorga el artículo primero de la ley 19.496 obvia el hecho de existen relaciones contractuales desiguales, con todas las características de una relación de consumo, pero por las cuales no se paga un precio o tarifa. El desarrollo del concepto europeo de consumidor se concentra en las actividades del proveedor de servicios y no en el consumidor. El simple hecho de realizar actividades económicas en un país es razón suficiente para proteger a los usuarios de esas actividades. Las ganancias de empresas como Facebook

son millonarias y no se diferencian mucho de las actividades que realizan otras empresas pero que si cobran un precio o tarifa por sus servicios, por lo que no parece razonable que solo las últimas se vean obligadas a respetar los derechos de los consumidores y Facebook se exima de esta responsabilidad.

A pesar de que una interpretación armónica de la legislación chilena entiende que, el acuerdo de elección de foro extranjero en contratos privados internacionales es abusivo cuando este se presenta en forma de contrato de adhesión y priva anticipadamente al consumidor de la facultad de accionar ante los tribunales de su país, esta interpretación solo es aplicable en el caso que el contrato quede regulado por la ley 19.496.<sup>146</sup> Pero la ley chilena simplemente deja fuera del margen de aplicación de la ley de protección del consumidor a contratos que no sean onerosos.

Se debe cambiar el concepto de consumidor y enfocarlo en las actividades que realizan los proveedores. De esta forma el estatuto de protección de los derechos de los consumidores, que es completo y eficiente, puede aumentar su alcance a los usuarios de redes sociales. Haciendo aplicable la ley 19.496 el conflicto de Derecho Internacional Privado que podría surgir entre un usuario o usuarios chilenos de Facebook y la empresa de Facebook, tendría un punto de conexión o foro de competencia establecido en la ley chilena, y no permitiría que fuera la empresa la que impusiera el tribunal competente a través de sus términos y condiciones, mirando solo a su propio beneficio.

Empresas como Facebook tienen un alcance a nivel mundial y se encuentran perfectamente capacitadas y habilitadas para litigar en todos los países en los que ejercen o dirigen sus actividades. Es perfectamente razonable exigirle a Facebook que litigue en tribunales chilenos bajo la ley chilena cuando acontezcan conflictos con los usuarios chilenos, por el contrario, no tiene nada de razonable exigirle a una persona natural con domicilio en Chile, que litigue en los tribunales de California ante un conflicto con esta empresa internacional.

---

<sup>146</sup> Pablo A. Cornejo, «Los acuerdos de elección de foro en los contratos internacionales de consumo. Su eficacia en la Ley N° 19.496.», *Latin American Legal Studies* 8 (2021): 11-25.

## **Bibliografía:**

Autores:

- Acedo Penco, Ángel. «La noción del consumidor y su tratamiento en el Derecho Comunitario, estatal y autónomo. Breve referencia al concepto de consumidor en el Derecho Extremeño» *Anuario de la Facultad de Derecho, Universidad de la Rioja* 18 (2000): 299-340.
- Bobek, Michal. Conclusiones del abogado general Sr. Michal Bobek, en el asunto C-498/16, Maximilian Schrems y Facebook Ireland Limited. 2017.
- Caamiña Domínguez, Celia M. «El consumidor frente al profesional en entornos digitales. Tribunales competentes y ley aplicable». *Cuadernos de derecho transnacional* 12, n° 2 (8 de octubre de 2020). <https://doi.org/10.20318/cdt.2020.5606>.
- Caamiña Domínguez, Celia M. «La noción de “consumidor” en internet: El asunto C-498/16, Maximilian Schrems y facebook Ireland Limited = Internet consumer: Case C-498/16, Maximilian Schrems v. Facebook Ireland Limited». *Cuadernos de derecho transnacional* 11, n.º 1 (11 de marzo de 2019): 711. <https://doi.org/10.20318/cdt.2019.4642>.
- Cornejo, Pablo A. «Los acuerdos de elección de foro en los contratos internacionales de consumo. Su eficacia en la Ley N° 19.496.» *Latin American Legal Studies* 8 (2021): 1-32.
- De la Maza, Iñigo, y Cruz, Sergio. «Contratos por adhesión en plataformas electrónicas». *Revista de Derecho Informático*, 2003, 1-50.
- De la Maza Gazmuri, Iñigo, y Momberg Uribe, Rodrigo. «Términos y condiciones: Acerca del supuesto carácter contractual de las autorizaciones para el tratamiento de datos personales en sitios web». *Revista Chilena de Derecho y Tecnología* 6, n° 2 (2017): 22-55. <https://doi.org/10.5354/0719-2584.2017.46226>.
- De Miguel Asensio, Pedro. «Demandas frente a redes sociales por daños en materia de datos personales: Precisiones sobre competencia judicial» En *La Ley Unión Europea*, 1-8. 56, 2018. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/46938/1/PADemiguelAsensio%20LaLey%20UE%20n%2056%2002.18.pdf>.
- Hernández Fernández, Asunción. «La protección del consumidor transfronterizo intracomunitario». *Cuestiones de Derecho Internacional Privado, Estudios sobre Consumo* 79 (enero de 2006): 17-33.
- Hillman, Robert A. y Rachlinski, Jeffrey J. «Standard-Form Contracting in the Electronic Age». *SSRN Electronic Journal*, 2001. <https://doi.org/10.2139/ssrn.287819>.
- Lafuente Sánchez, Raúl. «El criterio del International Stream-of-Commerce y los foros de competencia en materia de contratos electrónicos celebrados con consumidores». *Cuadernos de Derecho Transnacional* 4, n° 2 (10 de octubre de 2012): 177-201.
- Mariliana, Rico Carrillo. «Aspectos jurídicos de la contratación electrónica». En *Derecho de las nuevas tecnologías*, 1ª ed., 267-95. Buenos Aires: Ediciones La

- Rocca S.R.L., 2007. <http://www.etp.com.py/fichaLibro?bookId=29308>.
- Rodríguez de las Heras, Teresa. «The Legal Anatomy of Electronic Platforms: A Prior Study to Assess the Need of a Law of Platforms in the EU» *The Italian Law Journal* 3, n° 1, 2017.
  - Rodríguez Jiménez, Sonia. *Competencia judicial civil internacional*. Segunda edición. Serie Doctrina jurídica, núm. 472. Mexico: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2016.
  - Sandoval, Ricardo. *Contratos Mercantiles. Tomo II*. Santiago de Chile: Editorial Jurídica de Chile, 2014. <http://www.editorialmetropolitana.cl/producto/contratos-mercantiles-2-tomos/>.
  - Tellez Valdés, Julio. *Derecho Informático*. 4.<sup>a</sup> ed. México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, 2008.
  - Wauters, Ellen, Eva Lievens, y Peggy Valcke. «Towards a Better Protection of Social Media Users: A Legal Perspective on the Terms of Use of Social Networking Sites». *International Journal of Law and Information Technology* 22, n° 3 (1 de septiembre de 2014): 254-94. <https://doi.org/10.1093/ijlit/eau002>.

#### Legislación:

- «Código Orgánico de Tribunales», ley N° 7.421, 15 de junio de 1943.
- «Convenio sobre ley aplicable a las obligaciones contractuales, abierto a la firma en Roma el 19 de junio de 1980 (80/934/CEE)». *Diario Oficial de la Unión Europea*, 9 de octubre de 1980.
- «Directiva 85/577/CEE referente a la protección de los consumidores en el caso de contratos negociados fuera de los establecimientos comerciales». *Diario Oficial de la Unión Europea*, 22 de diciembre de 1985.
- «Directiva 87/102/CEE relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de crédito al consumo». *Diario Oficial de la Unión Europea*, 22 de diciembre de 1986.
- «Directiva 93/13/CEE sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores». *Diario Oficial de la Unión Europea*, 5 de abril de 1993.
- «Directiva 97/7/CE relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia». *Diario Oficial de la Unión Europea*, 20 de mayo de 1997.
- «Directiva 2000/31/CE relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior». *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, 8 de junio de 2000.
- «Ley 19.496 establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores», 7 de marzo de 1997.
- «Reglamento (CE) N° 44/2001 del Consejo, de 22 de diciembre de 2000, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil». *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, 22 de diciembre de 2000.
- «Reglamento (CE) N° 593/2008 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales (Roma I)». *Diario Oficial de la Unión Europea*, 17 de junio de 2008.

- «Reglamento (UE) no 1215/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2012, relativo a la competencia judicial, el reconocimiento y la ejecución de resoluciones judiciales en materia civil y mercantil». *Diario Oficial de las Comunidades Europeas*, 12 de diciembre de 2012.
- «Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE», *Diario Oficial de la Unión Europea*, 27 de abril de 2016.

#### Jurisprudencia:

- Anica Milivojević v. Raiffeisenbank St. Stefan-Jagerberg-Wolfsberg eGen, No. C-630/17 (Tribunal de Justicia Europeo 14 de febrero de 2019).
- Johann Gruber v. Bay Wa AG, No. C-464/01 (Tribunal de Justicia Europeo 20 de enero de 2005).
- Maximilian Schrems v. Facebook Ireland Limited., No. C-498/16 (Tribunal de Justicia Europeo 25 de enero de 2018).
- Peter Pammer y Hotel Alpenhof, No. C-585/08 y C-144/09 (Tribunal de Justicia Europeo 7 de diciembre de 2010).

#### Otros:

- Asociación Española de Startups. «Consulta Europea para las plataformas online», 21 de noviembre de 2015. <https://asociacionstartups.es/consulta-europea-sobre-el-marco-regulador-para-las-plataformas-online/>.
- «Condiciones del Servicio de Facebook, Punto 4.3». <https://www.facebook.com/legal/terms/update>.
- «Documental de Netflix: The great hack», 2019.
- Emarsys. «5 Big Social Media Predictions for 2019», 3 de enero de 2019. <https://www.emarsys.com/resources/blog/top-5-social-media-predictions-2019/>.
- «Página de inicio de Facebook», [https://web.facebook.com/?\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/?_rdc=1&_rdr).
- RT en Español. «El número de teléfono y otros datos de Mark Zuckerberg se filtraron junto con información de 533 millones de usuarios de Facebook». Accedido 5 de abril de 2021. <https://actualidad.rt.com/actualidad/388408-numero-telefono-zuckerberg-datos-filtrados>.