

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA



**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ABOGADO**

**Autonomía de la voluntad en contratos de adhesión en aplicaciones de
redes sociales**

María José Miranda López

Director: Miguel Ángel Bossano Rivadenera

Quito, D.M., 2023

RESUMEN

La autonomía de la voluntad es la capacidad de la persona para tomar decisiones propias, actuando de manera autónoma e independiente, haciendo uso de su razón. En el contexto de los contratos de adhesión en aplicaciones de redes sociales, esta autonomía de la voluntad se relaciona con la capacidad de que, como usuarios, puedan aceptar o rechazar los términos y condiciones estipulados por las empresas de las plataformas digitales para su uso.

Aquella característica de un contrato de adhesión en el cual no hay posibilidades de negociar las cláusulas de cualquier plataforma de red social, genera una problemática. Puesto que, la falta de autonomía de la voluntad, pueden existir cláusulas consideradas abusivas en este tipo de contratos que generan una transgresión al derecho a la intimidad. De tal forma, que los usuarios suelen estar en una posición de debilidad, al no tener más opción que aceptar sus términos y condiciones.

Como resultado, la autonomía de la voluntad es cuestionada, por la falta de regulación de las redes sociales Facebook e Instagram. Que al hacer uso de la plataforma, puede presentarse como un obstáculo, la idea de un entendimiento total de este tipo. Al ser extensos y de un lenguaje con cierto nivel de complejidad, dificulta que los usuarios comprendan su alcance totalmente.

Palabras clave: Autonomía de la voluntad, contrato de adhesión, Facebook, Instagram, derecho a la intimidad.

ABSTRACT

The autonomy of will is the capacity of a person to make his or her own decisions, acting autonomously and independently, making use of his or her reason. In the context of adhesion contracts in social networking applications, this autonomy of will is related to the capacity that, as users, they can accept or reject the terms and conditions stipulated by the companies of the digital platforms for their use.

That characteristic of a contract of adhesion in which there is no possibility of negotiating the clauses of any social network platform, generates a problem. Since, the lack of autonomy of will, there may be clauses considered abusive in this type of contracts that generate a transgression to the right to privacy. Thus, users are often in a position of weakness, as they have no choice but to accept its terms and conditions.

As a result, the autonomy of will is questioned, due to the lack of regulation of the social networks Facebook and Instagram. That when making use of the platform, can present as an obstacle, the idea of a total understanding of this type. Being extensive and of a language with a certain level of complexity, it makes it difficult for users to fully understand its scope.

Key words: Autonomy of will, contract of adhesion, Facebook, Instagram, right to privacy.

Índice

RESUMEN	II
ABSTRACT.....	III
INTRODUCCIÓN	1
EPISTEMOLOGÍA DE LAS CATEGORÍAS AUTONOMÍA DE LA VOLUNTAD, CONTRATO DE ADHESIÓN Y REDES SOCIALES: SITUANDO AL OBJETO DE ESTUDIO	4
1.1. Autonomía de la voluntad	4
<i>1.1.1. Concepto y características</i>	4
1.1.2. Origen en el Derecho Romano	7
1.1.3. Evolución	8
1.1.4. Concepto y características	10
1.1.5. Sus limitaciones y la libertad contractual	11
1.2. Contrato de adhesión	15
<i>1.2.1. Naturaleza del contrato</i>	15
1.3. Redes sociales	16
<i>1.3.1. Evolución</i>	16
<i>1.3.2. Concepto y características</i>	17
<i>1.3.3. Su vínculo al mundo jurídico</i>	18
EL CONTRATO DE ADHESIÓN EN LAS REDES SOCIALES: AUTONOMÍA DE LA VOLUNTAD Y EL DERECHO A LA INTIMIDAD	20
2.3. Límites de la autonomía de la voluntad en las redes sociales	20
<i>2.3.1. Derecho a la intimidad personal y sus implicaciones sociales.</i>	20
<i>2.3.2. Cláusulas abusivas y el derecho a la intimidad</i>	22
<i>2.3.3. Implicaciones legales en los contratos de adhesión de las redes sociales</i>	25
2.2. En el ámbito de las redes sociales	26
2.1. Contrato de adhesión en la data	28
<i>2.1.1. Evolución regulatoria</i>	28
<i>2.1.2. La protección del usuario en las redes sociales</i>	29
2.2.1. Facebook	31
2.2.2. Instagram	33
CONCLUSIONES	36
RECOMENDACIONES.....	38
Referencias Bibliográficas y Bibliografía.....	39

INTRODUCCIÓN

La autonomía de la voluntad es un principio fundamental en toda relación contractual. En el cual se plantea que las partes tienen derecho a establecer las condiciones de un acuerdo de manera libre, voluntaria y consciente. Sin embargo, en el ámbito de las redes sociales, este principio se ve afectado por los contratos de adhesión. El uso de dichas aplicaciones, en una de las partes que generalmente es la empresa, impone sus términos y condiciones de aceptar las especificaciones de la aplicación para su respectivo uso.

La naturaleza del contrato de adhesión aplicado al uso de redes sociales limita la autonomía de la voluntad del usuario. En los casos específicos de Facebook e Instagram, pues existen términos y condiciones que pueden presentar ciertas cláusulas que violentan el derecho a la intimidad de cada usuario. En este sentido, la autonomía de la voluntad habla de la capacidad de los individuos de tomar decisiones libremente y celebrar acuerdos vinculantes. Esta autonomía se considera esencial para la libertad personal y la responsabilidad moral en la filosofía y es respetada en el derecho, para garantizar la libre negociación de acuerdos y contratos, mientras que, en un contrato de adhesión, el contratante solo puede aceptar o rechazar el contrato en su totalidad.

Este tipo de contratos, son comunes en transacciones comerciales y de empleo. A menudo, contienen cláusulas estandarizadas que se aplican a todos los contratos de la misma naturaleza. Sin embargo, es importante asegurarse de que los contratos de adhesión no contengan cláusulas abusivas o ilegales, de forma que se respete la autonomía de la voluntad de las partes.

Para esto se debe comprender que las redes sociales son aquellas estructuras en donde un grupo de personas forman un vínculo. Sea por amistad, parentesco o gustos similares, como una forma de interacción dinámica de datos entre diferentes personas, grupos e instituciones. Es un sistema abierto que se construye continuamente en el cual cada una de las personas que forman parte de esa red social se puedan sentir identificadas con otro miembro llamado usuario, perteneciente de una red social. Las redes pueden tener distintos objetivos y características, pero todas ellas comparten ciertas características, como que los usuarios pueden crear perfiles, interactuar con otros usuarios y publicar contenido para ser compartidos con su red de contactos.

Permiten a los usuarios compartir un contenido diverso de información, como texto, imágenes, videos y enlaces. Además, muchas redes sociales ofrecen herramientas para que los usuarios se comuniquen entre sí, como mensajería instantánea, chats y comentarios en publicaciones. Cabe recalcar que el uso de las redes sociales puede presentar algunos desafíos y posibles riesgos, como la privacidad de los datos y la confidencialidad de la información si hablamos de las políticas de privacidad y confidencialidad.

Estos posibles riesgos son los que, de acuerdo con la privacidad o confidencialidad de datos de cada usuario, transgreden el derecho a la intimidad. Es aquí donde se relaciona la intimidad como concepto y como derecho, tomando en cuenta su relación con las redes sociales y su falta de autonomía de la voluntad. Pues según Luis Manuel C. Méjan define la intimidad como:

La intimidad es el conjunto de circunstancias, cosas, experiencias, sentimientos y conductas que un ser humano desea mantener reservado para sí mismo, con libertad de decidir a quién le da acceso al mismo, según la finalidad que persiga, que impone a todos los demás la obligación de respetar y que sólo puede ser obligado a develar en casos justificados cuando la finalidad perseguida por la develación sea lícita.

Pero si se comprende a la intimidad desde la perspectiva de un derecho, según Martínez Altamirano, puede definirse lo siguiente:

El derecho a la privacidad o a la intimidad es, en lato sensu, aquel derecho humano por virtud del cual la persona, llámese física o moral, tiene la facultad o el poder de excluir o negar a las demás personas, del conocimiento de su vida personal, además de determinar en qué medida o grado esas dimensiones de la vida personal pueden ser legítimamente comunicados a otros.

La presente disertación estudia cómo se aplica la autonomía de la voluntad en estas situaciones y si existen medidas para proteger los derechos de los usuarios del territorio ecuatoriano con su normativa vigente. Debido a que hoy en día las redes sociales son el medio por el cual la mayoría de las personas se comunican implicando que su uso sea casi global. Sin embargo, esta globalización ocasiona una serie de interrogantes sobre cómo se respetan los derechos de los usuarios en cada legislación. Porque al no tener una base normativa consolidada frente a cómo proceder en una vulneración de derechos en estas aplicaciones y el poco conocimiento, puede generar una inseguridad jurídica respecto a la información personal que cada usuario le entrega a la aplicación.

En el caso de la legislación ecuatoriana, los contratos de adhesión son aquellos donde una de las partes presenta un contrato ya redactado al consumidor, el cual no tiene la posibilidad de negociar los términos de este, y deben contener información clara y precisa sobre las

condiciones, términos y precios del bien o servicio ofrecido, además de no contener cláusulas abusivas o condiciones que sean desfavorables para el consumidor.

Por consiguiente, respecto a lo mencionado dentro de la legislación ecuatoriana sobre los contratos de adhesión, se estudiará qué cláusulas pueden considerarse como abusivas en las aplicaciones Facebook e Instagram. Debido a que, en la norma ecuatoriana, los contratos de adhesión solo se centran en un bien o un servicio ofrecido, pero no menciona concepto alguno dirigido a las redes sociales relacionándolo al tema contractual, concretamente en contratos de adhesión.

Finalmente, los contratos de adhesión contienen ciertas cláusulas que limitan la capacidad de los usuarios para tomar decisiones, demostrando así la falta de la autonomía de la voluntad, pese a que los usuarios se adhieren voluntariamente a lo planteado por cada red social. Las aplicaciones de redes sociales en específico. Facebook e Instagram, suelen hacer uso de estos contratos en los que cada usuario debe aceptar las condiciones de uso al registrarse en la plataforma. Esta falta de autonomía de la voluntad transgrede el derecho a la intimidad de cada persona, al limitar el control del usuario con su información personal frente a la red social.

Por lo que, a falta de implicaciones legales expresas en cláusulas que se consideren abusivas o se limiten para proteger los derechos de los usuarios, se basan en las leyes y regulaciones de defensa al consumidor y privacidad de datos. De esta manera, la justicia puede intervenir en casos de violación de derechos de los usuarios como consumidores, pese a que todavía presenta un desafío legal por el vacío normativo existente al no tener una base legal que regule las redes sociales, sus posibles riesgos y como se deba actuar frente a una vulneración de derechos.

EPISTEMOLOGÍA DE LAS CATEGORÍAS AUTONOMÍA DE LA VOLUNTAD, CONTRATO DE ADHESIÓN Y REDES SOCIALES: SITUANDO AL OBJETO DE ESTUDIO

1.1. Autonomía de la voluntad

1.1.1. Concepto y características

En el mundo de los contratos se puede tener una idea de una estructura ya establecida, pero en el mundo actual, esta idea se va quedando atrás respecto a la práctica en la realidad. Hoy en día, los contratos de adhesión están muy presentes, que cada vez se abren campo en varias situaciones, como es el caso de los contratos de seguros médicos, las compras por línea o contratos por medio de aparatos electrónicos.

Es ahí donde este tipo de contratos cobran mayor importancia, en la tecnología, porque si bien los negocios ya se manejan con el uso de la misma a través del internet y las plataformas digitales, esto ha generado un vacío normativo, porque hace unos pocos años, no se habría pensado en todos los cambios que implican dentro de la sociedad y transacciones de forma digital. Como consecuencia, hace falta una regulación o mejor dicho, una normativa más apegada al entorno con este tipo de contratos que se han establecido en el área de las redes sociales.

Este tema todavía se encuentra a la deriva de pertenecer a una normativa. Si se ajusta al mundo jurídico o si hace falta la creación de normas que señalen expresamente una relación de los contratos de adhesión con las redes sociales. Con el fin de solventar problemas que se puedan presentar por la necesidad de una seguridad jurídica o simplemente para regularizar los contratos de adhesión y como proteger al consumidor respecto de aquello que pueda presentar una vulneración significativa a los derechos del consumidor con el uso de las redes sociales.

Para comprender qué es un contrato de adhesión, la doctrina que fue acuñado por el civilista francés Saleilles, siendo mencionado por Volgár (1972), definiéndolo como “una estipulación predeterminada en la cual la voluntad del oferente es predominante y las condiciones son dictadas para un número indeterminado de aceptantes y no para una parte individual” (citado por Silva, 2001, p. 40). Se puede decir que cumple con ciertas características, donde una de las partes ejerce un mayor poder de negociación que la otra parte dentro del contrato. Quien se encuentra en una situación de debilidad, si se puede llamarlo de esta manera, debido a que esta debilidad se convierte en una restricción al momento de querer negociar porque no es posible y solo tiene dos opciones, de aceptar o rechazar el contrato en

su totalidad, sin que exista posibilidad de una negociación o reforma del contenido estipulado dentro del contrato.

Estos contratos son utilizados principalmente por grandes entidades jurídicas, como por ejemplo, en una empresa que tiene una posición de poder económico sobre sus clientes o usuarios, y se utilizan para estandarizar y simplificar el proceso de contratación. Lo mismo sucede con las redes sociales, en donde para acceder a su uso, presentan un tipo de contrato de adhesión predeterminado, hablando a breves rasgos, se podría ver como una buena alternativa que optimizaría todo el proceso de los contratos y representaría una ayuda para el usuario, pero si se revisa esta opción de manera más detallada, no es tan positiva la idea, debido a que no hay posibilidad de negociación. No se puede cambiar nada del contrato, el usuario se encuentra en una situación de inferioridad frente a la otra parte y muchas veces los usuarios aceptan tal como se encuentra el mismo sin haber revisado o leído cada una de las cláusulas.

Esto genera un problema a posteriori, debido a que pueden existir cláusulas abusivas en este tipo de contratos o porque las empresas manejan un lenguaje de difícil comprensión para algunos usuarios y también suelen ser muy extensos. Pese a todo, este tipo de contratos siguen siendo vinculantes legalmente y las partes deben cumplir con los términos y condiciones estipulados en el contrato.

Explicado de manera doctrinaria, el manejo de estos contratos y sus dificultades se evidencian cuando existe una posición de poder, donde la misma impone sus términos de negociación, ya que la parte de menor poder solo puede escoger entre aceptar o no dichos términos sin la opción de negociar un punto donde ambas partes puedan estar satisfechas. Por ello, se presentan dificultades al momento de aplicar la autonomía de la voluntad (Parraguéz, 2021)

El contrato de adhesión puede comprenderse también como aquel contrato en el cual, el servicio ofertado, formulado por una sociedad o un individuo, contiene todas cláusulas y condiciones del contrato, con el ánimo de finalizar muchos contratos en uno solo.

Por lo tanto, se puede decir que en un contrato de adhesión, la oferta se presenta en conjunto o en bloque, comprendiendo todas las cláusulas y condiciones en el contrato, por ello, este es un contrato dirigido en masa, es decir, a muchas personas con el mismo tipo de contrato, cabe recalcar que no admite modificación alguna, es de carácter permanente y su aceptación presenta la conformidad total con lo preestablecido en el contrato.

Al hacer énfasis a este contrato, se menciona que contiene características peculiares y se debe comprender cada una de ellas más a fondo. Como su principal característica de contener todas las cláusulas y condiciones del contrato, se debe entender que la oferta pactada por el servicio que se ofrece viene preparada con anterioridad, pues su diferencia se basa en la oferta que previene todo y lo contiene todo. Lo que resulta en la realización de numerosas cláusulas, abarcando muchos detalles, dejando de ser práctico y no representa una garantía de seguridad jurídica para el consumidor que es la parte débil dentro del contrato, frente al de mayor poder, que en este caso sería la empresa (Vivanco, 2005).

Esto conlleva una desventaja para la una parte porque el oferente puede dominar el lenguaje utilizado para la realización del contrato sin presentar complicación alguna en el contenido del contrato, mientras que el aceptante generalmente tiene poco o ningún conocimiento, motivo el cual se le va a complicar la comprensión del contenido del contrato. La lectura se torna incómoda y la atención del aceptante se dirigirá a lo que aparece como más general, más saliente, porque al usar palabras muy técnicas y de poco uso, la redacción no será clara, además de ser contratos con una gran extensión de información (Aravena & Oliver, 2010).

Todo esto tiene un objeto, que pretende sobresalir las ventajas del aceptante y así desviar la atención, haciéndolo menos perceptible respecto a las desventajas. Es un abuso que se comete hacia el aceptante, al no existir disposiciones legales adecuadas para esta modalidad contractual que no se encuentra legislada, aún para todo tipo de contratos de adhesión como aquellos presentes al momento de querer hacer uso de alguna red social.

Como oferta a muchas personas, con ánimo de concluir muchos contratos, se refiere al número de personas que desea llegar con el servicio ofertado que constituye el objeto. En general, no está dirigido a una persona determinada, sino a una multitud, como se diría, de oferta múltiple. Esta idea se enfrenta a esta particularidad impuesta por su propia naturaleza, con esta cuestión de ofertar a persona indeterminada. Tomando en cuenta que es una oferta inmodificable, firme y permanente (Aravena & Oliver, 2010).

Al ser una oferta inmodificable, es de carácter fijo, no se debe confundir con ser de un tipo de contrato unilateral, en base a que un contrato de adhesión no se presta con sus características, para ser relacionado con un tipo de contrato unilateral. Por lo consiguiente, es indispensable la voluntad del aceptante, ya que sin ella no se concluye el acto, no se configura en sí el contrato, por lo tanto, es netamente bilateral.

Si se comprende que es inmodificable, también se entiende que es un tipo de oferta firme y permanente por el propio modo de su creación, de modo que al ofertar un servicio, adquiere una posición de utilidad general, no puede ser modificada (Borja, 2016). En razón de que está continuamente ofertando el mismo servicio en masa, no le es permitido realizar cambio alguno, debe estar relacionado con la idea de permanencia, sujeta a algunos cambios solo por excepción y dada solo por la parte de mayor poder en casi todos los casos. Como en las redes sociales, que pueden estar sujetas a cambios en su estructura de contrato de adhesión, cuando se da una actualización del software de la aplicación.

Siendo así una forma sustentable para que el contrato de adhesión sea de mayor duración. Sin esta condición, las ventajas prácticas de esta forma contractual y por su importancia social, se anularían. Esta irrevocabilidad de la oferta representa una garantía para el aceptante porque constituye en una ventaja de compensa como sustituto de las fallas irreconciliables de la autonomía de la voluntad con el contrato de adhesión.

La aceptación sólo representa la conformidad con lo preestablecido, se amplía al destacar la claridad de la aceptación para que sea consignada. Por último, referente a la falta de discusión o controversia, la voluntad del aceptante no ocupa un lugar en el campo de debate, discusión o controversia, que generalmente se encuentra implícito en un contrato clásico.

Finalmente, desde la perspectiva jurídica, el contrato de adhesión avanza a la par con la tecnología a diferencia del contrato considerado clásico, volviéndose una evolución en el mundo contractual por su importancia en razones de seguridad social que son fundamentales en los tiempos actuales y excluyendo aquellas complejidades derivadas del contrato clásico como la etapa precontractual.

1.1.2. Origen en el Derecho Romano

En el espacio del Derecho, la autonomía de la voluntad ha sido un concepto central desde la época romana. El Derecho Romano reconocía la libertad de contrato, lo que significaba que las partes podían llegar a acuerdos voluntarios y autónomos entre sí.

Desde el ámbito de la filosofía se concreta la autonomía de la voluntad como la fuente que otorga razón a los individuos, cuál exentos de una influencia externa, desde sus orígenes en el Derecho Romano, hasta aplicar la idea de que se tomen decisiones autónomas por parte de las empresas como parte de su ética. En este sentido, se establece que es un principio en el cual se reconoce a la persona capaz para crear reglas de conducta dentro de la sociedad y,

específicamente, lo contractual. Además, los sujetos del derecho se encuentren en condiciones mínimas de igualdad, es decir, se encuentra enfocado en un plano de igualdad de manera que están concertados libremente (Stiglitz, 1994).

Para entender un poco mejor su origen en el Derecho Romano, se plasma en lo más primitivo, basado en una sociedad a base de una economía familiar y agraria, en la que cada familia vivía de acuerdo con lo que producía, el cuidado sus rebaños y el cultivo de sus tierras, pero no existía un intercambio de productos, y por ende, no había relaciones de Derecho. Con el tiempo, surgen relaciones jurídicas primitivas del Derecho, las cuales se transforman en las primeras prestaciones de carácter personal. Esta perspectiva jurídica era, en esencia, materialista y se basaba también en hechos que puedan percibirse a través de los sentidos (Vargas, 2018).

En sí, se ejerce la voluntad como una cosa demasiado abstracta. En los primeros vestigios se puede encontrar como los primeros actos de negocios, que se llevaban a cabo, se establecían bajo numerosas solemnidades y de forma muy rigurosa. La obligación de cumplir con un simple contrato, como la prestación del dinero y las consecuencias a las que se rige una parte en caso de incumplimiento del acuerdo, estaba justificado expresamente porque la persona, por su propio consentimiento y voluntad, se ataba a esa obligación con su parte del contrato. De esta manera, surge la primera forma de manifestación de la autonomía de la voluntad en el Derecho Romano y que se mantiene hasta la actualidad (Vargas, 2018).

1.1.3. Evolución

Su evolución se marca desde el Derecho Romano y se esparce a diferentes lugares y etapas. Pasa por el Derecho Francés, Derecho Español e incluso en el Derecho Internacional Privado de Alemania, que edifican las bases de acuerdo a su época, que ayudan a dar forma a lo que se conoce como autonomía de la voluntad.

En el siglo XIII, el Derecho Francés, con el auge del comercio que requería de una libertad para poder realizar sus transacciones, fue aquella necesidad que contribuyó enormemente a la voluntad al plasmarlo como una importancia considerable dentro del Derecho. No obstante, se debe recalcar que no había una forma definitiva establecida de este principio, en el cual los contratos se perfeccionen por el solo consentimiento en aquella época. En el siglo XIV en España, se logra un alto grado de evolución, mayor al de Roma y de Francia, al expresar que el hombre puede obligarse en la forma que lo desee (Vargas, 2018). Frente a su

importante desarrollo en el ámbito privado, era preciso explicar los alcances de su concepto, tanto en lo filosófico como jurídico, es así que se plantea lo siguiente:

La autonomía de la voluntad designa, según su etimología, el poder que tiene la voluntad de darse su propia ley. En el pensamiento jurídico, la autonomía de la voluntad representa un concepto doctrinal que se traduce en normas positivas y que, en una primera aproximación, significa que la voluntad es la fuente y la medida de los derechos subjetivos. Ha sido calificada como la pieza maestra de la filosofía dominante del siglo XIX: el denominado individualismo jurídico. Y éste, a su vez, fue entendido desde el período clásico como la concepción que hace del individuo, considerado como una voluntad libre, aislado del medio social, el solo objeto, el solo fundamento y el solo fin del Derecho. Otorga al hombre derechos naturales anteriores a los de la sociedad, entre los cuales el esencial es la libertad. Hace del individuo la fuente del Derecho, lo que doctrinalmente se dio en llamar autonomía de la voluntad, y asigna como fin del Derecho la coexistencia de las voluntades individuales. (Stiglitz, 1994, 471)

Pese a que la autonomía de la voluntad estaba consensuada, su evolución fue lenta. Lo primitivo hacia el carácter consensual, permite la liberación de la voluntad de las formas materiales y es, precisamente esta liberación, la condición básica de la naturaleza de la autonomía. Cabe recalcar que el concepto de autonomía de la voluntad ya se maneja en el ámbito jurídico, pero como expresión, recién surge este término en Alemania, específicamente en el Derecho Internacional Privado que posteriormente se ve reflejado en el Derecho Francés para expandirse a otros países.

A principios del siglo XIX, este término era usado para referirse al privilegio del que gozaban algunos grupos sociales en las relaciones patrimoniales. Esta expresión se centra en designar el poder de la voluntad para elegir la ley del contrato, manifestándose la voluntad creadora del Derecho, es decir, la voluntad de las partes. Con el objeto de resolver conflictos de leyes en materia contractual, se emplea por primera vez la expresión “autonomía de la voluntad”, donde se generaliza la misma por medio de los demás internacionalistas que la adoptan (Vargas, 2018).

En Francia, respecto a los actos jurídicos, se toma a la voluntad como una herramienta flexible, que se amolda a los hechos y se adapta a la variedad de diferentes situaciones. Donde le otorga resultados jurídicos y goza de la más amplia autonomía (Zamorano, 2019). Aun así, con la trascendencia de la autonomía de la voluntad surge una interrogante, respecto a ¿qué tan importante puede ser aplicada la autonomía de la voluntad frente al Derecho? Como respuesta a esa crisis, se plantea limitaciones a la autonomía de la voluntad y a pesar de eso, se ha mantenido como uno de los principios fundamentales que ha dominado el ámbito contractual. Hasta la actualidad, la autonomía de la voluntad se ha ido modificando y adquiriendo nuevas aplicaciones en diferentes ámbitos civiles, lo que le lleva a adquirir nuevo vigor.

En definitiva, la Revolución Francesa es la cúspide de la evolución de la autonomía de la voluntad porque desde entonces se lo afirma como un principio que domina el derecho privado. Esta se convierte en la manifestación más completa en su esencia, dentro del campo jurídico de la libertad en general, razón por la que también se conoce a este principio como libertad jurídica.

1.1.4. Concepto y características

Etimológicamente hablando, la expresión “autonomía de la voluntad” significa el poder que tiene la voluntad de darse su propia ley. No obstante, en el ámbito jurídico, es señalar que la voluntad se convierte en un órgano creador de Derecho como fuente y medida de los derechos subjetivos (Ordoñez, 2010). Entonces se puede entender a la autonomía de la voluntad como una autosuficiencia de poder decidir en ley y en derecho desde la esfera cada persona. Esto no debe confundirse con la libertad en general si se está hablando en un sentido amplio de la expresión.

Un concepto de la autonomía de la voluntad consiste en la elección y la responsabilidad de los medios, que poseen las personas, para encontrar la dicha en base a su personalidad (Llanos, 1944). Esto puede dar pie a confusiones con el concepto de libertad, pero se diferencia por la obligación que tiene cada individuo de no obstaculizar el desenvolvimiento semejante de los otros individuos. Por otro lado, la autonomía de la voluntad contiene ciertos matices tanto positivos como negativos, y en lo negativo, se puede mencionar la facultad de obligarse, como individuo, al imponerse en razón de un acuerdo con la otra parte.

Desde un concepto más restringido, se puede decir que existe un carácter consensual de los contratos (Llanos, 1944), para otros, es la libre facultad de los particulares para poder celebrar contratos con sus efectos y contenidos, pero este concepto limita la noción de la voluntad autónoma solo en base a los contratos, es frecuente la confusión con la libertad contractual, pero esta libertad es solo el resultado de la autonomía de la voluntad. Por tanto, podemos decir que la autonomía es el género y la libertad contractual, además la especie es una manifestación de este principio de autonomía de la voluntad.

De igual manera, la autonomía de voluntad consiste en que los particulares realicen actos jurídicos con las consecuencias jurídicas que les convengan, y sus limitaciones. En otros términos, es el poder de la intención jurídica del particular, siempre que el acto tenga un objeto lícito. Así mismo, los autores del acto jurídico pueden concluir el mismo con libertad de contenidos y efectos de su agrado gracias al principio de derecho privado (Llanos, 1944). Por

lo tanto, este principio centra su fuerza y valor en el derecho privado porque es ahí donde se expresa en el aspecto del derecho.

La autonomía de voluntad propone una función reguladora sin perjuicio que fija las pautas generales de definir y reglar la actuación de las personas con respecto a las operaciones jurídicas (Parraguéz, 2021). En esa misma línea, este principio permite fijar la formación del contrato, modificar o suprimir situaciones jurídicas establecidas por la voluntad de los contratantes. En pocas palabras, se puede conceptualizar, a la autonomía de la voluntad, como un principio fundamental de derecho privado, confiriendo al individuo la facultad de crear, modificar o extinguir relaciones jurídicas, dentro de los límites del Derecho, permitiéndole manifestar su voluntad de forma expresa. Que cada uno se obliga, en la manera y términos que quiso obligarse, sin que se requieran formalidades determinadas fuera de la ley, para su validez contractual.

1.1.5. Sus limitaciones y la libertad contractual

En Francia las limitaciones en la autonomía de la voluntad se dan por la ley, la moral y el orden público. Su objeto es evitar que las partes contratantes, abusen de su libertad y alteren la esencia del contrato. Pues la voluntad debe estar comprendida como un orden y una razón del objeto, complementándose con la disciplina exigida por cada objeto en específico porque se ciñe por una composición racional de prestaciones y vínculos. De manera que, las partes pueden establecer, entre sí, las relaciones que deseen, no obstante, de forma limitada porque su libertad contractual no es absoluta. Al mismo tiempo, esta voluntad individual no posee la capacidad de producir efectos jurídicos, a menos que forme parte de una realidad objetiva y social que la reconozca. Como resultado, no es completamente autónoma porque debe llegar a un acuerdo con la otra voluntad individual del contrato (Zamorano, 2019).

Ahora bien, la voluntad del individuo interviene en la celebración de un contrato, pero existe cierta limitación en cuanto a las solemnidades del contrato que se deben respetar. Estos límites son en cuanto al orden público, con el fin de mantener un orden y prevalecer las buenas costumbres. Se entiende a las buenas costumbres cómo el conjunto de normas morales determinadas en un mismo espacio-tiempo de la sociedad, al estar íntimamente ligados y, si bien, limita la autonomía de la voluntad, tampoco desestima su característica de la libertad contractual (Zamorano, 2019).

La autonomía de la voluntad contractual se refiere al derecho que tienen las partes en un contrato de decidir, negociar y cambiar o reformar las cláusulas estipuladas dentro del

mismo. Esta idea se basa en el principio de la libertad contractual, que permite a las partes establecer acuerdos según sus propios intereses. Esta aplicación de la libertad contractual, tomando en cuenta lo mencionado por Carrasco Perera (2010), atribuye ciertas virtudes como la moral al momento de asumir la responsabilidad de sus propios actos y también habla de una justa distribución del riesgo con respectivos recursos.

Sin embargo, al hablar de la libertad contractual debemos tomar en cuenta su primer componente, el cual es la libertad de conclusión, pues gracias a este primer componente, ninguna persona puede ser obligada a celebrar contratos y tampoco hacerlo con determinadas personas porque se basa en el propio concepto del contrato, como un acuerdo de voluntades entre dos o más individuos, a quienes se los considera, al menos de manera jurídica, como personas libres y en capacidad de realizar cualquier acuerdo. Pero este principio se ha visto vulnerado, al menos dentro de la autonomía privada, en la cual el legislador restringe por múltiples consideraciones. Como por ejemplo en algunas ocasiones la ley pone por obligación que se obtengan determinadas autorizaciones previas a concluir un contrato, aunque aquella petición no representa en sí una imposición o un impedimento para hacerlo. Hoy, una de las situaciones más representativas sería situación de gravámenes por el propietario fiduciario sobre el bien que se tiene fiduciariamente, tal como lo menciona el artículo 770 del código civil ecuatoriano (Congreso Nacional Ecuatoriano, 2005).

Según Acciarri (2000), menciona que la libertad e igualdad no existen en términos absolutos, porque si una o ambas faltan del todo, no podría hablarse de autonomía de la voluntad y menos de contrato, sin embargo, recalca que permanece en pie la idea de que las personas, considerados como los sujetos del derecho, poseen la posibilidad de decidir, aunque con capacidad diferente, con sus opciones negociables, que es lo que ocurre normalmente en los contratos de adhesión, los cuales consideran los más importantes hoy en día. Al ejemplificar en los contratos con consumidores que son tutelados por el Estado, se busca la finalidad de compensar la situación de desigualdad que puede surgir y así evitar el abuso de quienes imponen la configuración interna desde su posición de poder económico.

En otro tipo de casos, en ciertas situaciones las personas se encuentran obligadas a celebrar un contrato determinado, como los servicios de salud que se encuentran obligados atender a los pacientes en la sección de emergencia cuál es recibirlos de acuerdo con el artículo 186 de la ley orgánica de salud (2006)

Las restricciones son meramente detalles de moderación que no transgreden de forma abrupta al principio de la libertad negocial, ya que no contradice autonomía de voluntad gracias a la dignidad de las personas y su libertad porque existe una relación entre la libertad y la vinculación moral correspondiente que debe existir una obligación al momento de concluir el contrato dentro de cualquier situación jurídica (Naranjo, 2017).

Dentro de la libertad contractual, existe una configuración interna, en la cual se le permite a las partes de un contrato, adoptar todo tipo contractual previsto por la ley e incluso combinar diferentes figuras típicas, que la ley no ha contemplado, a los que podemos llamar como contratos atípicos o innominados, siempre y cuando no vaya en contra de la ley, la moral, la buena fe y las costumbres. Esta libertad es un componente importante en la construcción típica de un contrato, aunque en ocasiones, aparte de algunas limitaciones legales, también puede verse obstaculizada esta libertad, hasta el punto de desaparecer, como es en el caso de los contratos de adhesión, debido a que una parte ejerce poder y la otra se encuentra en una posición de debilidad. También es el caso de los contratos por consumidores, en donde el consumidor se encuentra en una posición que le impide plantear determinadas cláusulas o condiciones dentro del contrato, sin embargo, también existen impedimentos por la otra parte con el objeto de proteger al consumidor de las denominadas cláusulas abusivas (Naranjo, 2017).

Esta libertad configurada en el ámbito interno, también reconoce algunas restricciones con el fin de proteger a la parte que se puede encontrar en una situación de debilidad para expresar la autonomía de la voluntad que pueda existir. Por ejemplo, en la actualidad, ciertas estipulaciones en el contrato adoptan un determinado tipo de acuerdo a la actividad que se vaya a realizar o a la inversa, también obliga incluir determinadas estipulaciones dentro del contrato, las cuales cumplen con un objetivo en específico, como limitaciones justificadas consideradas de orden público, debido a que se quiere evitar cualquier tipo de contrato que contenga un objeto ilícito.

Si bien se habla de la autonomía de la voluntad, específicamente de la autonomía privada que tiene como principio fundamental la libertad contractual, se siguen presentando diferentes obstáculos, los cuales no figuran en la autonomía de la voluntad en la esencia de cualquier contrato (Naranjo, 2017). Como se ha mencionado anteriormente, en cierto tipo de contratos, esta libertad contractual desaparece casi en su totalidad como en el contrato de adhesión.

Esta decadencia de la autonomía privada y la libertad contractual ha ocasionado una crisis del contrato, puesto que desconoce la naturaleza social del ser humano como alguien capaz de tomar decisiones por sí mismo, sea de pactar un contrato o abstenerse de aquello. Llevando esta idea a la práctica contractual se sitúa en una realidad de desigualdad de las partes porque no todo lo contractual es precisamente justo.

La autonomía privada en materia contractual ha sido restringida por la masificación de la producción y oferta de bienes de consumo desde el siglo pasado, hoy en una modalidad de contrato adecuada a las nuevas características del mercado, hoy conocida como condiciones generales de contratación; es decir, contratos estandarizados para celebrarse de forma masiva, hoy con cláusulas predispuestas por quienes ofrecen los bienes y sin posibilidades de discusión, o muy escasas, para los consumidores. (Parraguéz, 2021, 111)

Este tipo de contratos estandarizados ha llegado a tal punto que se ha perdido el formato primordial de un contrato, el cual es la suscripción de las partes como respuesta de aceptación a lo pactado dentro del contrato. Hoy en día existen contratos predisponentes que adoptan una nueva forma caracterizada en donde la suscripción del contrato es simplemente poner opciones de acepto o no acepto, o como se ha hecho común, marcar en una casilla el sí o no (Aravena & Oliver, 2010). Por este motivo no es difícil percibir el posible riesgo de abuso por la parte reconocida como de mayor poder o mayor jerarquía, por ejemplo, en el caso de las empresas, seguros médicos e incluso, al momento de querer descargarse una aplicación de alguna red social, donde claramente se observa un desequilibrio en la posición que ocupan las partes, lo que sale completamente del paradigma clásico, donde se ha estructurado referente a lo que se conoce como un contrato en que expresa la libertad e igualdad de las partes contratantes y el soporte de una autonomía privada. Esta situación plantea la interrogante sobre el verdadero carácter contractual en esta modalidad de los contratos de adhesión.

Esta interrogante obliga a muchos juristas la idea de plantearse nuevas modalidades y estructuras del contrato para lograr sintonizarse con el mundo real frente a los nuevos desafíos, aquí se genera un ejercicio de repensar algunos elementos de la teoría general del contrato que puedan ser más acordes a la actualidad y globalización del mundo digital. Todo lo que conllevaría crear nueva doctrina apegada a los principios básicos y a las nuevas modalidades del contrato que se han adoptado de acuerdo a la necesidad de cada persona, eso sí, sin olvidar el elemento básico e indispensable del contrato, es decir, la autonomía de la voluntad.

Para finalizar esta idea, la autonomía de la voluntad está relacionada directamente con la libertad contractual y constituyen un eje central sobre la actuación contractual. Esto permite que las partes decidan de manera voluntaria un objeto sobre el contrato, en el cual su

consentimiento o voluntad no se vean viciadas por algún externo. Con el fin de resguardar la decisión que se tome, gracias a que se ejecute de manera consciente y real. Para ello, se excluye lo superficial de las limitaciones de la libertad de contratación, al alejarse de los cánones tradicionales que sustentan la idea central del contrato y la autonomía de la voluntad.

1.2. Contrato de adhesión

1.2.1. Naturaleza del contrato

La esencia del contrato obliga a los mismos a celebrarse de manera legal para las partes. De todos los actos jurídicos, el contrato es donde existen menos restricciones o limitaciones en cuanto a la autonomía de la voluntad. Asimismo, el contrato es “un acto por el cual una parte se obliga para con la otra dar, hacer o no hacer alguna cosa. Cada parte puede ser una o muchas personas” (Congreso Nacional Ecuatoriano, Código Civil, 2005). Por otro lado, todo contrato tiene un efecto obligatorio, según lo menciona el mismo Código Civil mencionado anteriormente, donde se menciona su efecto de la siguiente manera: “todo contrato legalmente celebrado es una ley para los contratantes, y no puede ser invalidado sino por su consentimiento mutuo o por causas legales” (Congreso Nacional Ecuatoriano, Código Civil, 2005).

Por consiguiente, en base a la información anterior, se puede mencionar que el contrato es un acto con efecto obligatorio para las partes, que puede dar, hacer o no hacer y que cada parte puede ser de una o varias personas. Sin embargo, se debe diferenciar al contrato de una convención, pues hay una diferencia entre género y especie, donde la convención es el género y el contrato es una de las especies de convención. Ahora bien, entendido el concepto de un contrato, se debe sacar a la luz cuál es su función instrumental en el Derecho, donde permite a las personas naturales ingresar al ámbito jurídico, dinamizar el sistema de los derechos subjetivos y relacionarse con las prácticas de la sociedad como la estructura más antigua conocida, que da el inicio de una relación entre el mundo social y jurídico.

En definitiva, al analizar lo que expresa la ley ecuatoriana, podemos inferir que, de acuerdo con la relación contractual que se desee llegar, el contrato debe ser lícito, legítimo, que se ajuste a la ley y las exigencias elementales del acuerdo. De manera que resulte ético y socialmente aceptado, aquí se debe expresar la importancia de siempre actuar de buena fe por parte de los participantes del contrato. Así mismo, es prudente recalcar que el contrato es un instrumento bastante útil y del cual se desprenden una gran variedad de clases o tipos de contratos, pues cada uno cumple con cierto objetivo, como es el caso del contrato de adhesión que cumple con las características generales de todo contrato y con sus propias características

que lo diferencian de los demás. No hace falta adelantarse, pues este contrato será explicado en el siguiente acápite.

1.3. Redes sociales

1.3.1. Evolución

Entre los primeros antecedentes de lo que se conoce hoy en día lo que es una red social, datan de 1995 en Estados Unidos, donde un estudiante universitario crea una red social en el internet, con el objetivo de mantener una comunicación con sus antiguos compañeros de clase, esta primera red social fue llamada classmates.com. Sin embargo, por este mismo camino, dos años más tarde aparece SixDegrees.com, como resultado se crea la primera plataforma de redes sociales, tal como lo que hoy se entiende globalmente como red social, donde se puede crear perfiles de usuarios y listas de conocidos o “amigos”, esta segunda red social duró de 1997 al 2000, inspirando a la Web of Contacts (Anónimo, 2016).

Posteriormente, por el año 2003, fueron populares algunos sitios de redes sociales como Friendster, Tribe o Myspace, plataformas digitales con el objeto de crear comunicaciones entre los usuarios, sea con un fin social o profesional. Creándose perfiles para identificar contactos o como se los denomina en redes sociales “amigos” (Anónimo, 2016). A partir de aquello, se han ido creando más y más redes sociales, algunas han caído en el desuso y olvido, otras se han adaptado y algunas han creado su propio imperio que les ha permitido mantenerse populares en el transcurso del tiempo y la evolución digital.

La red social que ha causado un mayor revuelo a nivel global, al posicionarse como la plataforma digital más empleada como red social en nuestros días, ha sido Facebook. Su fundador es Mark Zuckerberg en el 2004 cuando era un estudiante de la Universidad de Harvard. Esta red social fue usada, en un inicio, por los estudiantes de Harvard y para su posterior expansión, al dar como resultado más de 1.000 millones de usuarios en todo el planeta. Esto creó un camino de fácil comunicación entre usuarios, al ser una plataforma digital gratuita, donde solo bastaba con tener una dirección de correo electrónico para acceder a la misma (Anónimo, 2016).

Como se ha dado la evolución de las redes sociales a pasos agigantados, no da tiempo de asimilar toda esta nueva era digital en la que se vive. Esto sin duda, ha generado grandes ventajas para millones de usuarios en el uso de las redes sociales, pero no todo ha representado algo positivo, pues al ser una tecnología que avanza muy rápido, ha dejado atrás a la normativa vigente en el Ecuador y en varios países. Algunos han logrado adaptarse mucho más rápido

como es el caso de EEUU, al ser la cuna de la red social más grande, Facebook. Pero en el caso del Ecuador, todavía queda mucho camino que recorrer, frente a la regulación normativa en redes sociales.

1.3.2. Concepto y características

Las redes sociales han representado un crecimiento exponencial, donde las personas dejan de ser meros espectadores de la información y se vuelven parte de ellas como usuarios y como creadores de aquel contenido en redes. Para aquello, se debe tener conocimiento sobre qué es una red social, en ese sentido, las redes sociales se comprenden como:

Estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como la amistad, el parentesco, intereses comunes, entre otros. Este modelo se sustenta en la teoría de los “seis grados de separación”, por el cual los seres humanos se encuentran vinculados por no más de seis personas, siendo posible comunicarse o vincularse con cualquier otra persona del mundo con solo seis pasos. (Tomeo, 2014, 44)

También se puede comprender estos conceptos como una forma de interacción en donde existe un intercambio de datos entre usuarios que pueden ser personas, instituciones o grupos con el mismo interés o mismas necesidades que les permiten sentirse identificados. Una red social consiste en un sistema con apertura al constante cambio y evolución que incluye a varios grupos con los que cada usuario puede sentirse relacionado, además de organizarse con el objeto de potenciar sus recursos (Zamorano, 2019).

Una red social contiene ciertas características específicas para considerarse como tal. Por consiguiente, los usuarios puedan mostrar su perfil público, crear una comunicación entre sus contactos al chatear, compartir contenido desde experiencias propias hasta comentarios o multimedia como fotos o videos. Todo esto disponiendo de las herramientas de la misma plataforma digital, considerada como un servicio prestado a través del internet (Zamorano, 2019).

Puede decirse que el concepto de una red social es de conocimiento general y de fácil aplicación. Es el resultado del uso de las personas un tipo de red social, como mínimo, si no son más, pues la vida diaria se maneja gracias a estas plataformas digitales. A diferencia del ámbito normativo y regulatorio, como sociedad se tiene su significación respecto al tema, pero dentro de la normativa, no se tiene aún regulado su concepto, su funcionamiento y como se le puede brindar una protección al usuario frente a este mundo tan grande que conlleva una red social. Por estas razones, es importante recalcar como se vinculan las redes sociales al mundo jurídico, específicamente en el territorio ecuatoriano.

1.3.3. Su vínculo al mundo jurídico

Este vínculo al mundo jurídico plantea dos dilemas fundamentales, el primero es la difícil aplicabilidad de las normas relacionadas al internet en los ordenamientos jurídicos nacionales positivos. Y el alcance que deba tener cada regulación, sea estatal o internacional, incluso en casos donde podrían ser ambos. Estos dilemas surgen debido a la necesidad de nuevos cuerpos normativos que regulen el internet, que se centren específicamente en el mismo y las redes sociales, las cuales manejan la conducta de casi todas personas hoy en día.

Para evitar esta complejidad del internet, este se lo divide en grupos o dimensiones, donde se tiene el contenido online, con sus limitaciones referentes a derechos humanos y la infraestructura de las TICs (módems, cables, PCs, etc.) (Martinez, 2012). Esto permite centrarse en la regulación de uno en específico, que son los servicios y contenidos, porque dentro de esta capa se encuentran las redes sociales. Es valioso porque abre las puertas a las oportunidades de índole jurídica para su respectiva regulación.

Este tipo de regulación no puede darse en un solo compendio, pues dependiendo del objeto que se quiera usar, deberá ser su regulación. En el caso de temas delictivos, será necesario una mayor intervención del Estado o de las organizaciones internacionales. En cambio, en otros temas como la regulación de su uso, será una mayor intervención del manejo y maniobra en cada Estado. Esto es valioso tomar en cuenta, puesto que conlleva un riesgo a múltiples bienes jurídicos protegidos de mayor relevancia como: datos personales, intimidad, honor, imagen, seguridad personal, defensa de los consumidores, etc. En el que su fin es la regulación de las libertades del propio internet en las redes sociales.

Se puede tomar como ejemplo a otros países que han implementado poco a poco cierta normativa, la más desarrollada y siendo de la misma corriente jurisprudencial que del Ecuador, se encuentra los avances de:

La unión europea posee el Reglamento europeo de protección de datos personales (2016), el cual es muy importante pues plantea ciertas novedades que se adaptan a las necesidades de las personas con las plataformas digitales. Como resultado entre los más importantes, está la jerarquización de la importancia del consentimiento expreso del titular de dato, que se debe ser demostrable por el responsable del tratamiento, la protección de datos personales y el derecho al olvido. Pretende hacer frente al surgimiento de nuevos negocios en el internet mediante la obtención de datos personales de cada usuario, siendo un posible riesgo a la vulnerabilidad de información personal.

Respecto a la regulación del internet y sus principios en América Latina están:

Chile: acceso y protección de los derechos del consumidor. Menciona la protección al consumidor al hacer uso de alguna telecomunicación y la indemnización dada al usuario en el caso de que alguna telecomunicación en uso se encuentre con una interrupción, suspensión o alteración del servicio, sin que obedezca a una fuerza mayor o caso fortuito y esta pueda poner en un desbalance a las necesidades del consumidor, que en este caso se lo denominaría usuario (Roberts & Weidenslaufer, 2021).

Paraguay: accesibilidad a internet y protección frente a contenidos nocivos. Estableció un acceso gratis al internet en lugares públicos y la protección de sectores que pueden ser vulnerables frente a contenidos considerados nocivos en la red. Y en el caso de incumplir con lo establecido en la ley, se plantean rigurosas sanciones económicas (Anónimo, Reglamento De Los Servicios De Acceso A Internet Y Transmisión De Datos, s/f).

Perú: protección de menores y personas con discapacidad. El caso de Perú es muy importante por qué regula el internet desde una perspectiva totalmente protectora en los sectores considerados vulnerables de la población y la sociedad. Al poner ciertas prohibiciones, respecto al acceso del internet y redes sociales a menores de edad sobre cualquier plataforma digital de contenido pornográfico o cualquier tema que vaya en contra de la moral o el pudor, que atenten contra la intimidad personal o familiar. Especificando que también es de aplicación en aquellos establecimientos que brindan un servicio de internet y las instituciones públicas que brindan aquel servicio (Iriarte, s/f).

En conclusión, se puede afirmar que, a nivel de Europa, específicamente en España, ya se tiene un mayor desarrollo respecto a la normativa relacionada a las redes sociales. En el caso de América Latina, todavía falta un progreso frente a este tema, sin embargo, se encuentra bien encaminado y en cada país mencionado, ha creado su normativa de acuerdo con las necesidades de cada Estado. Brasil, Argentina y Colombia también han formado cierta regulación, pero en Ecuador todavía no se da ese surgimiento de una intención regulatoria que proteja a los usuarios. En el ámbito comercial se puede aplicar cierta normativa como los contratos electrónicos, pero a nivel de redes sociales y en relación a los contratos de adhesión, todavía no hay algo en el que se pueda basar una protección o guía de las plataformas digitales a las personas, al momento de usar una red social, sus posibles riesgos y como se protegen de ello, como podría pasar si se vulnera su derecho a la intimidad personal en Facebook o Instagram.

EL CONTRATO DE ADHESIÓN EN LAS REDES SOCIALES: AUTONOMÍA DE LA VOLUNTAD Y EL DERECHO A LA INTIMIDAD

2.3. Límites de la autonomía de la voluntad en las redes sociales

2.3.1. Derecho a la intimidad personal y sus implicaciones sociales.

En el ámbito de los límites de la autonomía de la voluntad, el derecho a la intimidad es uno de aquellos que está en juego que de manera tácita, individual y libremente. Por su lado, la Constitución del Ecuador establece en el número 20 del Art. 66 sobre Derechos de Libertad - Capítulo Sexto: “el derecho a la libertad personal y familiar.” (Asamblea Nacional Ecuatoriana, 2008).

El derecho a la intimidad ha sido objeto de muy diversas opiniones y así, algunos autores como Méjan (1996) definen la intimidad como:

La intimidad es el conjunto de circunstancias, cosas, experiencias, sentimientos y conductas que un ser humano desea mantener reservado para sí mismo, con libertad de decidir a quién le da acceso al mismo, según la finalidad que persiga, que impone a todos los demás la obligación de respetar y que sólo puede ser obligado a develar en casos justificados cuando la finalidad perseguida por la develación sea lícita. (p. 172)

Por otro lado, cabe preguntarse, ¿cómo se establece la relación entre el Derecho a la intimidad y lo social o con los otros? La respuesta determina que toda persona individual o sujeto no podría trasgredir su propia intimidad, aunque si su propia integridad. Esto determina que la intimidad o cuidar de ella, significa cuidar la influencia que ejerce otra persona, por lo menos una, sobre el cuerpo, la libertad de expresión, o sobre otros aspectos del ser completo de la persona.

También se refiere en este caso de estudio a la intimidad o ámbito propio de un sujeto individual como tal, no al conjunto de individuos como puede ser una familia, el grupo de jóvenes, entre otros. Cada persona, es un fin en sí mismo, es decir que, desde el punto de vista del ser, nadie podría exteriorizar sus expresiones y comunicarse con otros, si no se define primero, si no se adentra en su propia sustancia como lo dijo el filósofo de la antigüedad, Aristóteles.

Según Dora García (2010), autora mexicana: “El derecho a la intimidad de las personas se basa, esencialmente, en la confidencialidad acerca de ciertos aspectos de su vida que no desean que se hagan públicos, sin su autorización.”. (p. 269). Para la autora, esta problemática tiene que analizarse y especificarse con la finalidad de definir políticas, así como normarse, respecto a algunos aspectos que se suscitan cuando se manejan las redes sociales. El derecho a

la intimidad ha sido tratado por algunos campos del conocimiento como la Psicología, la Antropología, la Sociología y concluyentemente en el Derecho. En este último, el derecho a la intimidad no está actualmente normado ni existe especificación alguna respecto al uso de redes sociales, justamente es una necesidad que se inserta en el subcampo en construcción en el ámbito jurídico. Esto se debe a que constituye un derecho el respeto a la privacidad de alguien como parte de su dignidad. En este sentido el presente análisis contribuirá a la especificación para tratar el asunto y para que se esclarezcan dudas al respecto.

Por otra parte, el derecho a la intimidad se encuentra en relación con los otros o con la alteridad, esto significa que existen otros individuos de los cuales es necesario preservarse o cuidarse de que no entren al espacio personal, sin el propio permiso o voluntad. En este sentido, como ciudadanos o ciudadanas digitales, quienes están expuestos al uso de las redes sociales, que constituyen, en suma, la mayoría, pueden llegar a usurpar información que vaya en detrimento del prestigio, del buen nombre y de la identidad de alguien (García, 2010).

Por otro lado, para vivir en sociedad deben existir las pautas de las normales convivencias. Antes de este momento, el tema radica en la importancia que se le da a la individualidad de la persona humana, persona es un término en latín que significa máscara, es decir cómo se manifiesta alguien en sociedad o ante los demás.

En esa relación con la alteridad y en el campo jurídico es preciso primero analizar cuáles son las implicaciones sociales. En el momento en el que dos personas o a veces más se liberan de límites establecidos por pautas sociales, el mínimo encuentro hace surgir la intimidad. En la relación con los demás o vida interpersonal, se incorpora una nueva categoría denominada "extimidad" que tiene que ver con la intimidad que se puede llegar a tener más allá de las fronteras del propio "yo" y que proviene de la perspectiva francesa lacaniana (Noain, 2017). Y sobre esto explícitamente dan cuenta las redes sociales como Facebook e Instagram.

En suma extimidad es hacer externa la vida privada y que sea de conocimiento público la vida cotidiana de las personas. En este contexto, la exposición de información personal está en juego y va siendo necesario proteger a los actores implicados en el asunto para no concluir en violaciones al buen nombre, la reputación o la exposición de situaciones íntimas individuales o colectivas de las personas. Como se observa este hecho implica normar, especificar las leyes en el mundo globalizado y cada vez más influenciado por las tecnologías de Inteligencia Artificial IA (Noain, 2017).

2.3.2. Cláusulas abusivas y el derecho a la intimidad

Se debe tener en cuenta que el derecho a la intimidad está ligada a la autonomía de la voluntad, protegiendo la esfera más íntima del individuo y se encuentra estrechamente unida a la protección de la dignidad humana. Y esta puede ser vulnerada en una red social, debido a la falta de autonomía de la voluntad absoluta, frente a las cláusulas abusivas.

La presencia de cláusulas abusivas en las redes sociales, se pueden manifestar en la limitación de responsabilidad respecto al contenido en las redes, sea de información de datos personales o la información creada por el usuario o las obligaciones generadas como accesorias al momento de usar la red social. Un ejemplo en Facebook es cuando te pide aceptar que le permitas acceder a tus contactos, galería, cámara e incluso la ubicación (todo el tiempo o solo al momento de usar la aplicación). Si bien algunos puntos son opcionales, otras son adjuntas obligatorias como el acceso a la galería si se desea subir contenido a las redes por medio del perfil que crea cada usuario o al momento de querer descargar algún contenido multimedia.

En las cláusulas generales de la contratación, está el riesgo de que se incluyan en estos contratos, cláusulas abusivas que perjudiquen a la parte más débil de la relación contractual, que sería el usuario de la red social. En este sentido, una cláusula abusiva “confiere a uno de los contratantes una ventaja desmesurada y, por consiguiente, implica un desequilibrio significativo entre los derechos y las obligaciones de las partes” (Pizarro, 2004). Adicionalmente, es importante manifestar lo que expresa la legislación comparada basada en el artículo 3.1. de la Directiva Europea 93/13 que define a las cláusulas abusivas como aquellas que producen un detrimento del consumidor con un desequilibrio evidente entre los derechos y obligaciones de las partes que celebran el contrato (Consejo de las Comunidades Europeas, 1993).

El Código Civil ecuatoriano en su artículo 1580 hace referencia a este principio al manifestar que: “Las cláusulas de un contrato se interpretarán unas por otras, dándose a cada una el sentido que mejor convenga al contrato en su totalidad” (Congreso Nacional Ecuatoriano, Código Civil, 2005). Es decir que cada contrato debe ser interpretado en el sentido que genera un efecto jurídico y esta interpretación se relaciona directamente con una idea central de un contrato que debe ser cumplido por ambas partes para obtener los efectos jurídicos.

Mencionado lo anterior, las cláusulas abusivas dentro de un contrato pueden transgredir aquellos derechos fundamentales de la persona cómo lo son: el derecho a la intimidad o

privacidad, el derecho al honor y a la propia imagen, cuál que mandan de la personalidad misma del individuo. Por ende, se encuentra en todo su derecho de exigir su protección en todos los aspectos incluyendo en las redes sociales. La transmisión de información a través del internet ha sido una herramienta muy útil para la sociedad y al mismo tiempo muy inestable debido a la falta de control y regulación.

A grandes rasgos, la idea de protección al consumidor ha ganado mucho espacio, el Francés Christian Larroumet la explica así:

Es sólo en épocas recientes que apareció la protección de una parte débil y desarmada frente al predominio de otra, a través de la noción de la cláusula abusiva. Es una forma totalmente nueva de proteccionismo contractual. Se trata de permitir la supresión en forma general en todos los contratos de las cláusulas que parecen abusivas. (Citado por Vivanco, 2005, p. 7)

Existen además ciertos principios en la protección contractual para defender al usuario frente a las cláusulas abusivas que puedan presentarse, estos son:

- **Principio de claridad**

También conocido como principio de transparencia o principio de legibilidad, es un concepto fundamental en el ámbito de los contratos y las relaciones comerciales. Este principio establece que los términos y condiciones de un contrato deben redactarse con transparencia y claridad absoluta (Vivanco, 2005).

El objetivo principal del principio de claridad es asegurar que las partes comprendan plenamente las obligaciones, derechos y responsabilidades que asumen al aceptar un contrato. Esto implica que las cláusulas y disposiciones deben redactarse en un lenguaje sencillo y evitar el uso excesivo de terminología técnica o confusa.

- **Principio de inequivalencia de las condiciones generales a los usos y costumbres**

Se refiere a una norma legal que establece que las condiciones generales establecidas en un contrato predeterminado (como los contratos de adhesión) no pueden prevalecer sobre los usos y costumbres existentes en una determinada industria o práctica comercial, si estos últimos son más favorables para el consumidor (Vivanco, 2005).

En términos más simples, este principio establece que si un contrato contiene cláusulas o condiciones generales que son menos beneficiosas para el consumidor que las prácticas habituales o los usos y costumbres de una industria, estas cláusulas no tendrán efecto y se

considerarán inválidas. En cambio, prevalecerán las prácticas habituales o los usos y costumbres que brinden una mayor protección o beneficio al consumidor.

Por lo que se puede inferir que el objetivo de este principio es equilibrar el poder de negociación entre las partes contratantes, especialmente en situaciones donde un consumidor tiene poca o ninguna capacidad para negociar las condiciones de un contrato predeterminado impuesto por el proveedor de bienes o servicios.

Para entender cuáles son las cláusulas abusivas, se debe determinar sus dos pilares fundamentales en los que se desarrolla su importancia. Estas son: el ámbito de protección de los usuarios contra las cláusulas abusivas y cuál es la sanción frente a las cláusulas abusivas. En el Ecuador, la Ley Orgánica de Defensa al Consumidor (s/f), se menciona una protección de manera general a las cláusulas de todo contrato de adhesión, sin expresar la exclusión de alguna cláusula. Del mismo modo, la protección contractual es para las partes que se adhieren al contrato sin perjuicio de alguna exclusión a las partes de aquel contrato.

La Directiva Europea 93/13 (1993) definió las cláusulas abusivas de la siguiente manera: “una cláusula es abusiva cuando a pesar de la exigencia de buena fe, provoca, en detrimento del consumidor, un desequilibrio significativo entre los derechos y las obligaciones originados por el contrato”. Es decir, que las cláusulas abusivas generan un desequilibrio entre la parte adherente y la parte que se encuentra en la posición de mayor poder, al ser quien estipula las cláusulas y predispone el control en el contrato de adhesión. Por lo tanto, se podría considerar como cláusulas abusivas, aquellas limiten la responsabilidad del predisponente, en las que el usuario es el único que asuma los riesgos, las que dan la potestad única al predisponente de modificar el contrato a sus necesidades siempre que lo considere pertinente, etc.

Esto lo podemos plasmar en los contratos de redes sociales (términos y condiciones). Pues solo existen sanciones al usuario al hacer uso de la red como, bloquear sus cuentas o incluso eliminar la cuenta, cuando el usuario es el único quien pueda asumir los riesgos, sin tener una protección por parte de la plataforma de red social o cuando para continuar con el uso de la aplicación, se dan varias actualizaciones de la red social, siempre que deseen y al poner en frente al usuario de nuevo la aceptación de términos y condiciones para que pueda seguir usando la red social, sin espacio al diálogo o negociación de los mismos.

Por otro lado, la sanción frente a una o varias cláusulas abusivas puede variar de un país a otro. Por el contrario, en la legislación ecuatoriana de la Ley Orgánica de Defensa al

Consumidor (s/f) en su artículo 43 “se consideran nulas de pleno derecho y no surten efecto alguno”. Pese a estar expreso el resultado de ser considerada como abusiva una cláusula, no se habla directamente de una sanción a la parte de mayor poder en un contrato de adhesión, sino de una nulidad de dicha cláusula. Asimismo, debe ser declarada cláusula abusiva, por una autoridad competente.

Si bien es un buen inicio para brindar una protección al consumidor, todavía quedan varias interrogantes frente al problema, como ejemplo, en el caso de ser consideradas como una cláusula abusiva, el contrato seguiría manteniendo su esencia, si perdería su esencia o sería inaplicable dejando al contrato sin efecto y como se resolvería al plantear esta problemática en un contrato de adhesión de aplicaciones de redes sociales.

2.3.3. Implicaciones legales en los contratos de adhesión de las redes sociales

En Ecuador un indicio respecto a la protección de datos es la Ley de Protección de datos Personales (2021), con el objeto de salvaguardar los derechos fundamentales de la privacidad y protección de datos. Los datos personales deben ser tratados con licitud, transparencia y respeto. Lo más importante, es que aplica a datos personales contenidos en cualquier tipo de soporte, por ende, incluye a las redes sociales. Esto representa un soporte a la gran mayoría de personas, aunque no esté al mismo nivel de otras legislaciones formadas desde hace un tiempo respecto al tema como EEUU O Europa, ya que dan seguridad y abarcan temas que antes no se encontraban establecidos en la norma, como las definiciones distintivas entre datos personales que identifican a cualquier persona o su consentimiento.

Se dice que plantear una normativa acordada para la regulación de redes sociales no es posible por estar en constante evolución y a gran velocidad, por lo que imposibilita contar con un grupo de normas actualizadas que permitan una efectiva regulación. Por ello, el uso más acertado sería la aplicación de principios o reglas generales del derecho, incluso adaptar las normas ya existentes y la jurisprudencia a las nuevas cuestiones legales de las redes sociales. Pese a esto, la normativa existente no es suficiente para cumplir un control de las redes sociales, porque hace unos años no se pensaba llegar a tal evolución de la era tecnológica de hoy.

Cómo normativa necesaria debería abarcar, no sólo temas como el comercio electrónico o contractual, sino también una regulación que presente un protocolo a seguir en casos de transgredir el derecho a la intimidad en las redes sociales. En la actualidad, se debe asegurar la ciberseguridad y la protección de datos personales dentro de las redes sociales. Esto al mencionar al objeto de estudio, porque existe una inmensa variedad de situaciones que

necesitan ser reguladas por medio de una normativa referente a las redes sociales como especie de las plataformas digitales o el internet que sería el género.

2.2. En el ámbito de las redes sociales

En este ámbito de las redes sociales existen los contratos de suscripción, en los cuales el usuario se registra con sus datos para poder crear su cuenta y su perfil en la red social que desee. Por otra parte, los contratos en las redes sociales suelen estar formados por un contrato de suscripción del usuario a la red social donde parte del contrato, se lo puede catalogar como de adhesión de la red social denominado “términos y condiciones”.

La primera etapa inicia una vez que ha registrado su perfil principal con sus datos personales. Al llenar un formulario para identificar a la persona con sus nombres y apellidos completos, la fecha de nacimiento, nacionalidad, ciudad, lugar donde se encuentra domiciliado, género, preferencias e intereses de la persona e incluso como fue que llegó a conocer la red social, si fue por medio de amigos, publicidad, etc. Finalmente, suelen pedir un nombre de usuario a elección propia, para diferenciarse entre los demás y evitar que se repita el *username* entre los millones de usuarios que estén dentro de la red social, así mismo, la clave que deba usar para el acceso a su cuenta es personal, al solicitar elementos específicos que debe contener para que sea válida (especificaciones preestablecidas por la propia plataforma digital) como lo que debe incluir la clave: mayúsculas, minúsculas, números, algún carácter especial y número mínimo de caracteres 8 elementos (Anónimo, Crear una cuenta de Facebook, s/f).

En la segunda etapa es donde la red social intenta aplicar las condiciones mínimas de seguridad, tanto para la plataforma como para el usuario (al inclinarse en preferencia de la red social evidentemente). Cabe recalcar que, en Facebook e Instagram sí se les permite a menores de edad el acceso y uso de estas, ya que solo poseen la condición de ser mayores de 13 años. Si bien esto representa una cierta seguridad, no es del todo positiva, puesto que menores de edad se encuentran expuestos hacia otros usuarios que sí son mayores de edad y puedan manejar otro tipo de contenido en la misma red, de esta manera, los menores queden expuestos a cierto riesgo (Anónimo, Condiciones del servicio, 2022).

Por lo mencionado anteriormente, en esta segunda etapa, lo que se encuentra son los términos y condiciones, que en la vida real y en la práctica, ninguna persona los lee al inicio, solo desliza la pantalla hasta el final donde se encuentra la casilla ‘he leído y acepto todos los Términos y Condiciones’, se oprime en ese botón y listo, el usuario aceptó un contrato en el cual no ha leído absolutamente nada, y en el caso excepcional de que alguno lo haya hecho, es

muy seguro que no lo ha comprendido en su totalidad, es ahí donde esta etapa tan importante, millones de personas, como usuarios, no le dan la importancia adecuada para comprender a que obligaciones se atienen al aceptar todo sin haberse informado.

Esta etapa cumple la función expresa de la voluntad en relación a la aceptación de un contrato, en este caso, un contrato de adhesión. Si bien viene con sus cláusulas y condiciones preestablecidas, eso no quita la obligación del usuario de leer e informarse sobre lo que acepta para acceder a la red, sus servicios y contenido. Al hablar de manera más ejemplificativa, es aceptar las condiciones del servicio de la red social, las políticas de privacidad y las normas de conducta de la comunidad, que puede ser gratuita como es el caso de Facebook e Instagram y aceptar las políticas de uso, relacionado a la privacidad y el comportamiento que debe tener el usuario, donde se menciona las posibles sanciones en el caso de una conducta considerada negativa por la plataforma, que podría sancionarse con el bloqueo temporal de la cuenta o la eliminación de la cuenta del usuario.

Después de todo, el usuario da su consentimiento voluntariamente a los términos. Esto no implica que no tenga un conocimiento pleno, como usuario, de todo lo que involucra tal aceptación y de las posibles modificaciones posteriores que puedan tener. Como usuario antes las modificaciones eran automáticas y no eran consultadas al usuario, esta situación ha cambiado actualmente, en la que sí existe la consulta al usuario con una antelación de siete días, en promedio, pero con la única posibilidad como usuaria de estar de acuerdo o de desistir del uso de la red social. Aquí es donde surge otra situación respecto de los datos personales del usuario, pues al eliminar la cuenta, en el caso de Facebook, se elimina toda información proveniente de aquel usuario, pero en Instagram es diferente, pues al eliminar la cuenta se eliminan el perfil del usuario, pero la información que pudo haber compartido con otros usuarios o con terceros en la misma red social, sigue dentro de la red.

En resumen, existe esa autonomía de cada usuario, al momento de aceptar todo lo que se establece la plataforma de red social desde el inicio, aunque esta autonomía no es absoluta y es discutible por el hecho de tratarse de contratos de adhesión preestablecidos y en masa (denominado en masa porque millones de personas usan estas redes sociales). La falta de conocimiento completo respecto a las condiciones del servicio es aceptable pero no justificable.

Debido a que no todo usuario está en la capacidad de comprender toda la información de manera analítica o jurídica, y al mismo tiempo, al dejar la posibilidad abierta a una posible modificación de tales condiciones y de total manejo solo por parte de la red social, por lo que

deja al usuario de sobre aviso respecto a tal modificación que debe aceptar dicho cambio para continuar con el servicio, caso contrario su única opción abandonar el uso de la red o la eliminación de su cuenta. Situaciones muy relacionadas a Facebook e Instagram, explicadas de forma más detallada en el siguiente acápite.

2.1. Contrato de adhesión en la data

2.1.1. Evolución regulatoria

La evolución regulatoria de un contrato de adhesión, desde aparecer en contratos de seguros médicos hasta relacionarse con las redes sociales ha tenido una enorme evolución en poco tiempo, debido a la velocidad en la que ha avanzado el uso de la tecnología y con ello, las redes sociales. En consecuencia, interpretar un contrato de la manera correcta se logra al entender cuáles son sus alcances y lo que se estipula en él.

Hasta hace unos años era posible afirmar que la normativa típica todavía entraba como parte de la regulación para el internet en la propiedad intelectual o el derecho de los contratos. Sin embargo, en la actualidad eso ya no es posible, debido a que, en un nuevo contexto, se presentan nuevas problemáticas que ya no se acomodan fácilmente a la regulación jurídica tradicional, por un componente fundamental que está integrado por los contenidos y servicios que se encuentran al alcance de todos los usuarios en la red.

A lo largo de los años, la evolución de los contratos de adhesión en las redes sociales ha estado influenciada por varios factores como el crecimiento y complejidad de las redes sociales, la protección de datos y privacidad, los cambios legales y regulaciones y la transparencia y claridad. Gracias a estos factores, las redes sociales han tenido que actualizar sus contratos en base a las nuevas regulaciones con el fin de proteger a sus usuarios y mantener una transparencia legal (Zamorano, 2019).

Además de estos factores, la evolución de los contratos de adhesión en las redes sociales también está marcada por cambios en las políticas de contenido, la implementación de mecanismos de resolución de disputas y la introducción de nuevas características, como la monetización de contenidos y la publicidad dirigida.

En las redes sociales se encuentra el mayor número de contratos de adhesión, debido a la increíble afluencia de usuarios en las redes sociales. Este tipo de contrato agiliza el movimiento en masa del registro de los usuarios a la red social. Notoriamente, son firmados sin brindar la importancia jurídica que se merece, pues se obliga jurídicamente a lo estipulado

en el contrato pre-elaborado por la empresa, en este caso, la red social. Este es el tipo de contrato más habitual que circula por Internet, debido que es el más usado por varios sitios web. Por el contrario, al ser el más utilizado, es al que menos importancia le dan los usuarios, debido a que se vuelve más fácil en solo hacer ‘clic’ en la casilla que dice acepto y listo, se ha firmado un contrato de adhesión en el que no se ha leído ni las primeras cláusulas de aquel contrato.

2.1.2. La protección del usuario en las redes sociales

El internet constituye el más importante reto que los derechos y la libertad han de afrontar en el mundo actual. Por el motivo que algunos derechos como la intimidad o la protección de datos personales, en una situación que se encuentran en su mayor campo de acción, pero al mismo tiempo es ahí donde sufren sus mayores amenazas debido a que pueden ser transgredidos estos mismos. Por consiguiente, el derecho a la protección de los datos de cada usuario está encaminada a proteger a la persona y permitirle un mayor control sobre su propia información dentro de las redes sociales.

Para Sanjurjo (2015), la importancia frente a una adecuada protección de datos personales en el mundo del Internet y redes sociales ha logrado avances, pero como usuarios, en el mundo real, no parece que lo asuman de la misma manera. Con el mismo nivel de importancia, la necesidad de preservar el conocimiento público aspectos sensibles de la vida personal, los datos de carácter personal.

En el Ecuador, existe una Ley que trata en lo posible, de proteger al consumidor frente a un contrato de adhesión, debido a que se encuentra en desventaja de la otra parte que tiene el control sobre el contrato. Es la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (s/a), es muy reciente su vigencia, a comparación de otros países como Argentina, no es posible precisar al 100% su utilidad práctica. En este sentido, se entiende que existe una intención de proteger al consumidor, pero de una manera muy general que no llega a cubrir en su totalidad tal objeto de protección, como es el caso de las redes sociales que todavía no se encuentran reguladas. En un sentido que se permita llegar a una protección contractual al usuario (consumidor en el entorno de plataformas digitales).

El derecho a la intimidad, privacidad e identidad es un derecho humano fundamental que afecta a lo más subjetivo de la persona, su individualidad y sus libertades fundamentales. El derecho a la intimidad se puede ver desde dos aspectos, la primera en el cual es más taxativo, donde la persona no desea exteriorizar ciertos aspectos de sí misma, y la segunda, es más

positivo, en el que la persona pueda tener un control propio de sus datos, que da como resultado la apertura de solicitudes para ser rectificadas, corregidas, actualizadas o eliminarlos de cualquier red social. Esto se denomina como el derecho a la Autodeterminación Informativa (Barriuso, 2009).

El antecedente internacional donde por primera vez se denota el derecho a la “autodeterminación informativa”, como un derecho fundamental que garantiza la facultad del individuo de decidir básicamente por sí sólo sobre la difusión y utilización de sus datos personales, es en la Sentencia del Tribunal Constitucional Alemán de 15 de diciembre 1983, en base al derecho a la dignidad humana y al libre desarrollo de la personalidad.

Este principio de consentimiento en la autodeterminación informativa marca un hito en la defensa de los derechos de la persona a preservar sus datos personales, permitiendo la libre decisión y disposición sobre sus datos personales y sus fines. Señalando que los avances tecnológicos pueden producir -un perfil de la personalidad-, incluso en el ámbito de la intimidad, que convierte al ciudadano en “hombre de cristal”. (Barriuso, 2009, p. 315)

En fin, el derecho a la intimidad permite excluir ciertos datos de una persona del conocimiento ajeno. Es decir, el poder de resguardar su vida privada de una publicidad no querida. El derecho a la protección de datos garantiza a los individuos un poder de disposición sobre esos datos

Es así como la autodeterminación informativa, sienta una base fundamental sobre la dignidad de los usuarios frente las redes sociales. Al permitir a los usuarios el control sobre sus datos personales. Este se convierte en un principio como parte del consentimiento al decidir sobre sus datos. Por ende, se considera brindar una protección al usuario en las redes sociales desde sus datos personales, esto es desde todo tipo de información de cualquier naturaleza que sea concerniente al titular (usuario), que esté contenido en cualquier red social, ya que se lo considera de carácter personal.

Referente a los datos personales, surge una interrogante respecto a la propiedad de aquellos, o mejor dicho de su uso. Si existe alguna forma de proteger esos datos personales de cada usuario en redes sociales. Por el motivo de que muchos de estos datos se encuentran expuestos en redes sociales y pueden generar un mal manejo. Para ello, en los contratos se especifica cual sería el uso de los datos cuando se solicita el consentimiento del nuevo usuario (Barriuso, 2009). Ejemplo de esto es la transformación a números de la edad de una persona, pudiendo así formar parte de un registro. Actualmente, el entorno de la virtualidad es bastante amplia y presenta una ventaja para millones de personas. No obstante, cada usuario en toda red

social debe conocer la importancia respecto a sus datos personales y saber controlarlo dentro de la red para evitar ponerse en riesgo o que sean utilizados de manera negativa.

Es importante partir de la premisa que toda la información presente en la red social es propiedad del usuario, y como tal dicho usuario tiene derecho a controlar la recolección, uso y revelación de cualquier información sobre sí mismo. Esta premisa supone un cambio en el paradigma de construcción de redes sociales, donde se considera que el elemento básico de la red social es el servicio, que consume información personal con mayor o menor respecto a la privacidad. (Megías, 2010, p. 319)

Como resultado, el derecho a la intimidad es uno de los pilares fundamentales sobre el cual se asienta la libertad de la persona. Sin embargo, existen ciertas situaciones en las cuales puede estar en riesgo, como en el caso de las redes sociales. No obstante, este riesgo no parte totalmente de la red social, sino del propio usuario que no ha considerado su debida importancia al momento de suscribirse a la misma, y sobre todo, de la intención de varios usuarios de poner hasta el más mínimo detalle personal de forma pública, accesible para todos. En ese aspecto es difícil plasmar una posible protección si la falta de importancia, por ser transgredido el derecho a la intimidad, surge de la gran mayoría de usuarios que usan las redes sociales diariamente. Finalmente, uno de los posibles caminos a seguir para brindar una protección aproximada al usuario desde una red social, sería incluir requisitos de privacidad y protección del usuario en el diseño de la red social.

2.2.1. Facebook

Respecto de los términos de uso de Facebook.com es destacable, en primer lugar, la siguiente disposición:

El sitio Facebook (2010) señala que entrega el control de los datos a los propios usuarios, razón por la cual su política de privacidad se basaría en los dos principios aquí mencionados:

1. Debes tener el control de tus datos personales. Los usuarios son los que eligen que publicar en su perfil, así como también pueden determinar quiénes son los que podrán visualizar sus datos, información y publicaciones.
2. Debes tener acceso a la información que otras personas quieren compartir. Facebook.com destaca la interactividad, estableciéndose por este sitio que esta se logra a partir de compartir con los contactos informaciones y publicaciones. (p. 9)

En este tipo de red social, debido al alcance masivo, no es posible mantener una política de tipo estricto, referente a la privacidad o contenido de cada usuario, motivo por el cual se da la opción al usuario de escoger que datos personales desea mantenerlos privados y cuales volverlos públicos. Si bien esto puede parecer una ventaja para el usuario, se debe recordar que

los usuarios no tienen esa opción en todos sus datos, por ejemplo los intereses, amigos en común, foto de perfil, nombre del perfil, foto de la portada y varios detalles que parecen irrelevantes pero representan esa pequeña falla que puede llegar a vulnerar el derecho a la intimidad.

Esta red social fue creada en el 2004 por Mark Zuckerberg, la cual abrió una nueva línea de comunicación a nivel mundial, donde se posicionó como líder en el mercado de redes sociales y como poseedor de uno de los activos más rentables del planeta. Hoy en día, los datos personales de millones de usuarios están en una o varias redes sociales. Estos datos que introduce cada usuario son utilizados para obtener información de cómo sería el comportamiento de cada persona, sus gustos, sus preferencias, afinidades y demás, que pueden aportar una mayor información de la que se puedan imaginar, porque con certeza, ninguna persona es totalmente consciente de cuanta información puede almacenar una aplicación de red social, con solo crearse un perfil de usuario. Esto se generó debido al alcance de los administradores de Facebook respecto de los datos personales de millones de usuarios en la red social, abriéndose un sinnúmero de interrogantes y problemas por la desconfianza de los usuarios en relación a su información y de cuanto acceso tenía Facebook a esa información.

Según la Redacción de BBC Mundo (2019) el caso más conocido respecto a la intromisión de una red social, para posiblemente alterar el rumbo de una decisión, fue el caso de Cambridge Analytica que generó que Facebook perdiera 37 millones de dólares en un día.

Es un caso de mucho escándalo y no por la pérdida de dinero, pese a ser una gran suma, no era el verdadero problema. Su importancia se basó en las acusaciones de robo de datos, para una interferencia política (en aquel momento estaban en plenas campañas de elecciones presidenciales en EEUU). Se alegó que el robo de datos se hizo por medio de un aparente test de personalidad en un formato de la red social Facebook, para manipular a los votantes en el año 2016, año en que Donald Trump fue elegido presidente de los Estados Unidos de América. Este test tiene una característica peculiar y es que requería la autorización para acceder a información personal de cada usuario y su red de amigos, sin el consentimiento ni el conocimiento de aquellos amigos vinculados a la persona que realizó aquel test de personalidad. Pese a todo lo que sucedió, Facebook se defendió alegando que los datos recopilados en su plataforma digital son de uso exclusivo para propósitos de la misma, teniendo como negativa su posible transferencia o venta de aquellos datos.

Cruzando los datos del test de personalidad, junto con los datos de Facebook, se podía casi afirmar cómo es casi inexistente el comportamiento en masa de una población, más bien se centra en individualizar a cada usuario. Esta información privada de casi 50 millones de usuarios miembros de Facebook inquietó, no solo a EEUU, sino también al Reino Unido, África y algunos países latinoamericanos como México o Brasil. Si bien hubo una vulneración a la intimidad de los usuarios de Facebook al hacer uso de sus datos personales, los usuarios no tenían idea alguna de que habían sido utilizados sus datos para un uso inadecuado o para beneficio de terceros, como era el caso de las elecciones presidenciales de EEUU. Como consecuencia, millones de personas se alarmaron al sentirse desprotegidos en una red social tan grande como es esta.

2.2.2. Instagram

Instagram es la segunda red social más utilizada a nivel mundial actualmente, creada por Mike Krieger y Kevin Systrom en el año 2010. Enfocada a la fotografía, imagen y video esencialmente. No obstante, ha tomado ventaja sobre Facebook al y también se ha estado utilizando para comunicarse entre un usuario y otro, transportando todo tipo de información desde textos hasta multimedia. Cabe recalcar, que Instagram pertenece a Facebook desde el año 2012 que fue adquirida (Anónimo, Condiciones del servicio, 2022).

Según FACEBOOK, INC. (2012) de las “Condiciones de uso” de Instagram se pueden destacar algunas importantes:

- Se permite su uso a las personas mayores de 14 años.
- No es necesario que reveles tu identidad y no puedes hacerte pasar por otras personas, ni crear una cuenta a nombre de alguien más.
- No publiques contenido privado o confidencial de ninguna persona.
- Cuando compartes, publicas o subes contenido que se encuentra protegido por derechos de propiedad intelectual (como fotos o videos) en nuestro Servicio nos concedes una licencia mundial, no exclusiva, transferible, sublicenciable y exenta de pagos por derechos de autor para alojar, distribuir, modificar, mantener, reproducir, mostrar o comunicar públicamente y traducir su contenido, así como para crear contenido derivado (de conformidad con tu configuración de privacidad y de la aplicación). Puedes eliminar el contenido o tu cuenta en cualquier momento para dar por finalizada esta licencia. No obstante, el contenido seguirá siendo visible si lo has compartido con otras personas y estas no lo han eliminado.
- Nos concedes permiso para mostrar tu foto de perfil.
- Es posible que el contenido que elimines se conserve durante un tiempo limitado en copias de seguridad, y seguirá siendo visible si otras personas lo han compartido en otros sitios.
- Si eres consumidor y resides habitualmente en un estado miembro de la Unión Europea, las leyes de dicho país se aplicarán a cualquier reclamación, causa o disputa que inicies contra nosotros y que surja como consecuencia de estas Condiciones o en relación con ellas (“reclamación”).

Y también en las “Condiciones de uso” de Instagram se remiten a la “Política de Datos” de Instagram, en la que se expresa que:

- Cualquier persona puede ver la información pública, tanto dentro como fuera de nuestros Productos, incluso aunque no tengan una cuenta. Entre estos datos se incluyen tu nombre de usuario de Instagram, la información que compartes de forma pública, la información de tu perfil público, como Facebook Marketplace. Tú, otras personas que usan Facebook e Instagram y nosotros podemos conceder acceso a información pública o enviar dicha información a cualquier persona tanto dentro como fuera de nuestros Productos, al igual que en otros Productos de las empresas de Facebook”.
- Las personas también pueden usar nuestros Productos para crear y compartir contenido sobre ti con el público que elijan. Por ejemplo, pueden compartir una foto en la que aparezcas en una historia, mencionarte o etiquetarte en una ubicación determinada en una publicación”.
- Del mismo modo, cuando descargas o usas servicios de terceros, estos puedan acceder a tu perfil público en Facebook, así como cualquier información que compartas con ellos. La información que recopilan estos servicios de terceros está sujeta a sus propias condiciones y políticas, no a esta.
- De conformidad con el Reglamento General de Protección de Datos, tienes derecho a acceder a tus datos, rectificarlos y suprimirlos, así como a obtener su portabilidad. (pp. 1-19)

En esta aplicación, el usuario es quien confiere una licencia denominada ‘sublicenciable’ y transferible para *distribuir, modificar, administrar, copiar, mostrar o públicamente*” sobre los derechos de propiedad intelectual como fotos o videos. Esto no debe confundirse con el consentimiento expreso que debe dar el usuario respecto a su contenido, sea público o privado para los demás usuarios, sean estos miembros o no de la red social. Esto debido a que, al pertenecer al mismo titular, como lo son Facebook e Instagram, se puede acceder a la información de una persona desde una red a otra. De acuerdo con Tomeo (2014) Instagram tuvo complicaciones con los usuarios en julio de 2012 cuando recién fue adquirida por Facebook, esto se debió a la pretensión de cambiar parte de las condiciones de servicio, donde se le otorgaba a la red una licencia de uso de sus imágenes para su comercialización, tomando en cuenta que no era de paga respecto a los derechos de autor. Aunque esta idea no prosperó por el malestar de los usuarios respecto al uso de su contenido en Instagram para comercialización de la propia plataforma.

En este sentido, mencionar cada uno de los puntos estipulados en los Términos y Condiciones de Facebook e Instagram no representa un aporte al objeto de estudio. Esto se debe a que comparten varias similitudes entre sí. Mencionando algunas sería:

- La relación entre el usuario y la red social es de carácter contractual y vinculante.

- Estas empresas se denominan a sí mismas como proveedoras de servicios hacia el usuario. Con una diferencia entre lo que es ‘servicio’ y ‘contenido’ como la información generada por cada usuario.
- Las características similares son mayores a las características que puedan diferenciarlas, puesto que, ambas plataformas brindan servicios de contenido multimedia, publicidad, comunicación y necesariamente, ambas piden una dirección de correo electrónico como condición principal para la creación del perfil.
- Las dos facilitan una licencia de ‘software’ para que el usuario pueda beneficiarse de los servicios de acuerdo a los términos de cada red social.
- Ambas son gratis.
- Por último, las dos redes tienen la facultad de usar la información de los usuarios para ofrecerles ciertos servicios o hacer alguna recomendación publicitaria. Un ejemplo claro es la información de búsqueda que hace cada usuario dentro de la red, en la cual momentos después recibe recomendaciones de aquella búsqueda al momento de volver a usar la red social.

De acuerdo con Sanjurjo (2015) Facebook e Instagram se encuentran dentro del top 10 de aplicaciones de redes sociales en:

Mayor número de usuarios, número de horas de uso a la semana, encabezada por Facebook y en puesto seis Instagram. En cuanto a las más utilizadas, la calificación que le asigna cada usuario a la red social se tiene a Facebook en segundo lugar e Instagram sexto lugar. En la categoría de evolución de las redes sociales encabeza Facebook y en cuarto lugar Instagram junto con otras aplicaciones. Estos datos demuestran las preferencias de millones de personas por este tipo de redes sociales, razón por la que se les debe poner mayor atención, para evitar cualquier tipo de abuso o transgresión a algún derecho.

CONCLUSIONES

- Existe una autonomía de la voluntad por parte de los usuarios al suscribirse a una red social, sin embargo, esta autonomía no es absoluta en los contratos de adhesión en las aplicaciones de redes sociales.
- La evolución de la autonomía de la voluntad es fundamental hasta la actualidad, debido a que se ha ido adaptando a cada nueva era del Derecho.
- El contrato de adhesión forma parte de la gran mayoría de los contratos que se encuentran en internet, teniendo su mayor importancia en las redes sociales respecto a los términos y condiciones, al momento de la suscripción del usuario.
- Las redes sociales avanzan con mucha rapidez, dejando atrás al Derecho tradicional, obligándolo a generar una normativa que sea acorde a los problemas jurídicos.
- Las redes sociales de mayor importancia son Facebook e Instagram, que al formar parte de un mismo titular, pueden compartir cierta similitud, pero se diferencian por el número de usuarios al utilizar la aplicación, actualmente, Instagram está ganando una mayor aceptación y Facebook está quedando de lado.
- El vínculo al mundo jurídico de las redes sociales es visible y aplicable en EEUU, Europa y algunos países latinoamericanos, sin embargo, Ecuador apenas está comenzando a interesarse por una normativa que proteja a los ecuatorianos frente a los posibles riesgos de transgresión del derecho a la intimidad en redes sociales, por los datos personales de los usuarios.
- La evolución regulatoria de los contratos de adhesión en las redes sociales ha crecido de manera abrupta, y reformándose de acuerdo al nivel de complejidad, regulación y claridad. Haciendo énfasis en una protección a los datos personales de cada usuario.
- El derecho a la intimidad es más complejo de lo que la mayoría imagina, porque no es solo la intimidad respecto al mismo ser, sino también como se maneja la intimidad hacia las demás personas.
- Dentro del derecho a la intimidad la ‘extimidad’ es importante y la falta de importancia por parte del usuario hace que no tenga un control respecto a sus datos personales en las redes sociales.
- Las cláusulas abusivas están presentes en los contratos de adhesión de aplicaciones de redes sociales y estas generan una confusión o falta de interés del usuario suscriptor a una red social.

- Los principios que están presentes para una protección contractual son el principio de claridad y el principio de inequivalencia de las condiciones generales a los usos y costumbres
- Existe la Ley de Protección de Datos Personales en el Ecuador que contribuye al manejo de las interrogantes de las personas respecto al manejo de sus datos personales en una red social, pero no satisface en su totalidad esta incertidumbre.
- El buen uso de la autonomía de la voluntad junto con el principio de claridad y el principio de inequivalencia, proporcionan una protección que evita la transgresión del derecho a la intimidad.
- Aplicar la importancia a este tipo de contratos es crucial para poder manejarse con los principios adecuados en caso de vulneración de derechos.

RECOMENDACIONES

- La autonomía de la voluntad absoluta de una persona en una red social, permitiría que el usuario genera confianza hacia la red social, haciéndolo más seguro respecto a su información personal.
- Si bien la autonomía de la voluntad se adapta a la actualidad de la era tecnológica, es imprescindible que se establezca en cuanto a sus límites en las aplicaciones de redes sociales.
- El contrato de adhesión al ser un uso mayoritario en las redes sociales debería obtener un mayor enfoque respecto a su aplicación por parte de los juristas.
- Es importante crear normativa que sea adecuada a las problemáticas generadas más allá de lo físico, como las redes sociales y sus contratos de adhesión que pueden vulnerar el derecho a la intimidad.
- Se debe hacer un análisis de las cláusulas que maneja cada red social individualmente en sus contratos de adhesión, debido a que en las diferencias de uso o políticas de privacidad, evitar las cláusulas abusivas que puedan afectar al usuario.
- Crear una normativa que regule el comportamiento de las redes sociales frente a los usuarios, generaría un avance importante en el mundo jurídico.
- Usar un lenguaje más cercano a los usuarios, solucionaría muchas controversias generadas por la falta de conocimiento.
- Manejar cláusulas entendibles y claras ayuda a que sea de fácil acceso para millones de usuarios suscritores a redes sociales.
- Manejar adecuadamente los principios de protección contractual y aplicarlos en contratos de adhesión de las plataformas digitales, sentaría la base de conocimiento en casos de conflictos.
- Instruir a los usuarios sobre la importancia de mantener el control de sus datos personales en una red social, haciendo conciencia de sus posibles riesgos, influiría mucho en el manejo de redes.
- Ampliar las especificaciones en cuanto a términos y conceptos manejados por la Ley de Protección de Datos Personales, en relación a las redes sociales, permitiría estar a la par de legislaciones extranjeras.
- La aplicación de principios respecto al control contractual, permitiría una mayor eficiencia respecto a la autonomía de la voluntad.

Referencias Bibliográficas y Bibliografía

- Acciarri, H. (2000). Las consecuencias económicas del Derecho de contratos. Principios, instrumentos y objetivos particulares de política normativa. *Revista de la Facultad de Derecho de la Universidad de Granada*, 82.
- Anónimo. (20 de abril de 2016). *Las redes sociales olvidadas*. Obtenido de Socialpubli: <https://socialpubli.com/es/blog/las-redes-sociales-olvidadas/#:~:text=La%20primera%20red%20social%20fue,la%20foto%20de%20la%20orla>.
- Anónimo. (4 de enero de 2022). *Condiciones del servicio*. Obtenido de Facebook: <https://www.facebook.com/terms.php?locale=ES>
- Anónimo. (s/f). *Crear una cuenta de Facebook*. Obtenido de Facebook: <https://es-la.facebook.com/help/iphone-app/188157731232424>
- Anónimo. (s/f). *Reglamento De Los Servicios De Acceso A Internet Y Transmisión De Datos*. Obtenido de CONATEL: <https://www.conatel.gov.py/conatel/wp-content/uploads/2019/10/borrador-reglamento-internet-y-tx-de-datos.pdf>
- Aravena, C., & Oliver, d. I. (diciembre de 2010). *RÉGIMEN CONTRACTUAL DE LAS REDES SOCIALES EN INTERNET*. Obtenido de Universidad de Chile: https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111511/de-aravena_c.pdf;sequence=1
- Asamblea Nacional Ecuatoriana. (20 de octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de Ministerio de Defensa Nacional: https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Barriuso, C. (2009). *Las redes sociales y la protección de datos hoy*. Obtenido de Universidad de Alcalá: https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/6447/redes_barriuso_AFDUA_2009.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Borja, M. (2016). *Reglas de interpretación de los contratos de adhesión con consumidores en Ecuador*. Obtenido de Universidad Andina Simón Bolívar: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/5642/1/T2291-MDFBS-Borja-Reglas.pdf>
- Congreso Nacional Ecuatoriano. (2005). *Código Civil*. Obtenido de Registro Civil Ecuatoriano: https://www.registrocivil.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/05/Codificacion_del_Codigo_Civil.pdf
- Congreso Nacional Ecuatoriano. (2006). *LEY ORGANICA DE SALUD*. Obtenido de Ministerio de Salud: <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2017/03/LEY-ORG%C3%81NICA-DE-SALUD4.pdf>
- Consejo de las Comunidades Europeas. (1993). *Directiva 93/13/CCE*. Obtenido de BOE: <https://www.boe.es/doue/1993/095/L00029-00034.pdf>

- Ecuador, A. N. (21 de mayo de 2021). *LEY ORGÁNICA DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES*. Obtenido de Corporación Nacional de Finanzas Populares: https://www.finanzaspopulares.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/ley_organica_de_proteccion_de_datos_personales.pdf
- Ecuatoriano, C. N. (s/a). *Ley Orgánica de Defensa del Consumidor*. Obtenido de Defensoría del Pueblo del Ecuador: <https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dptransparencia2012/literala/BaseLegalQueRigeLaInstitucion/LeyOrganicad elConsumidor.pdf>
- García, D. (2010). *El derecho a la intimidad y el fenómeno de la extimidad*. España: Universidad de Santiago de Compostela.
- Iriarte, E. (s/f). Marco Legal para el Internet en el Perú. Exploración inicial. *Derecho & Sociedad 39, Asociación Civil*, 169-176. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Llanos, A. (1944). *El principio de la autonomía de la voluntad y sus limitaciones*. Chile: Universidad de Chile.
- Martinez, M. (marzo de 2012). *Contratos de acceso a redes sociales digitales*. Obtenido de UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO: <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/1411/1/104284.pdf>
- Mejía, L. (1996). *Méjan C. Luis Manuel. El Derecho a la Intimidad y la Informática. Editorial Porrúa. México. 1996.* México: Méjan C. Luis Manuel. *El Derecho a la Intimidad y la Informática. Editorial Porrúa. México. 1996.*
- Mejías, J. (2020). *PRIVACY BY DESIGN, CONSTRUCCIÓN DE REDES SOCIALES GARANTES DE LA PRIVACIDAD*. Navarra: Arazandi SA.
- Mundo, B. N. (24 de julio de 2019). *Cambridge Analytica: la multa récord que deberá pagar Facebook por la forma en que manejó los datos de 87 millones de usuarios*. Obtenido de BBC: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-49093124>
- Naranjo, C. (enero de 2017). *Los Contratos por Adhesión y sus implicaciones legales en la Sociedad Ecuatoriana en el primer semestre del año 2016*. Obtenido de Universidad Central del Ecuador: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/9201/1/T-UCE-0013-Ab-34.pdf>
- Noain, A. (2017). *La protección de la intimidad y vida privada en Internet: los flujos de información y la integridad contextual en las redes sociales, (2004-2014)*. Obtenido de UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/42196/1/T38643.pdf>
- Ordoñez, F. (2010). *EL CONTRATO DE ADHESIÓN EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO*. Obtenido de Universidad de Cuenca: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/2650/1/tm4339.pdf>
- Parraguéz, L. (2021). *RÉGIMEN JURÍDICO DEL CONTRATO*. Quito: Universidad San Francisco de Quito USFQ.

- Pizarro, C. (julio de 2004). *La eficacia del control de las cláusulas abusivas en el derecho chileno*. Obtenido de Scielo:
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0124-05792004000200004#:~:text=Una%20cl%C3%A1usula%20abusiva%20confiere%20a,las%20obligaciones%20de%20las%20partes.
- REGLAMENTO (UE) 2016/679 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO. (2016). *Reglamento Europeo de protección de datos personales*. Obtenido de BOE:
<https://www.boe.es/doue/2016/119/L00001-00088.pdf>
- Roberts, R., & Weidenslaufer, C. (mayo de 2021). *Acceso y conectividad a Internet*. Obtenido de Biblioteca Nacional de Chile:
https://obtienearchivo.bcn.cl/obtienearchivo?id=repositorio/10221/32224/2/BCN_acceso_a_internet_2021.pdf
- Sanjurjo, B. (2015). *Manual de Internet y Redes Sociales*. Madrid: DYKINSON, S.L.
- Silva, P. (2001). *Contratos de adhesión, condiciones contractuales generales (condiciones generales de los contratos o de la contratación y las cláusulas abusivas)*. Bogotá: Marcial Pons.
- Stiglitz, R. (1994). *Cláusulas abusivas en el contrato de seguro*. . Buenos Aires: Abeledo-Perrot.
- Tomeo, F. (2014). *Redes sociales y tecnologías 2.0*. Bogotá: Astrea.
- Vargas, A. (15 de marzo de 2018). *Los límites y las consecuencias reales del discurso jurídico de la autonomía privada de la voluntad en el individuo*. Obtenido de Redalyc:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=560360439005>
- Vivanco, C. (24 de noviembre de 2005). *Los contratos de adhesión*. Obtenido de DerechoEcuador.com: <https://derechoecuador.com/los-contratos-de-adhesion/>
- Zamorano, A. (abril de 2019). *ANÁLISIS DE LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN DE LAS REDES SOCIALES CON ESPECIAL ATENCIÓN A LOS DERECHOS PERSONALES A LA PROPIA IMAGEN. PERSPECTIVA COMPARADA DEL DERECHO DE EEUU Y DE ESPAÑA*. Obtenido de Comillas Universidad Pontificias:
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/29878/TFG%20Zamorano%20Boedo%2c%20Anton.pdf?sequence=1&isAllowed=y>