

1. La sociedad de consumo

Lo primero que podemos imaginar al estudiar esta materia es: ¿sobre qué situaciones asesoraré?, ¿podré dar la respuesta adecuada a la necesidad del cliente? Para lograr un buen asesoramiento, es esencial entender una relación de consumo y los derechos y obligaciones, tanto de consumidores y usuarios como de los proveedores, puesto que, actualmente, vivimos en una sociedad de consumo.

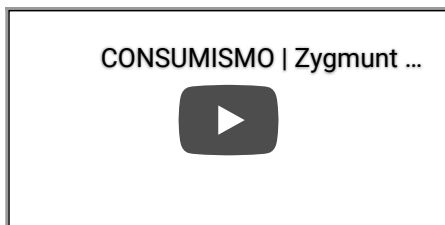
La sociedad de consumo es un concepto ideal que incorpora los elementos sociales y culturales que rodean el mercado moderno. En ella, tiene importancia determinante la diversificación de los productos, su cada vez mayor complejidad y la renovación constante del modelo de consumo. (Rusconi, 2009, p. 7).

En un comienzo, el consumo era incentivado por la satisfacción de necesidades básicas (Rusconi, 2009), pero, actualmente, el consumo es más sofisticado. Ya no se trata de abastecer necesidades primarias, sino de acceso a un determinado estatus, relacionado con el consumo de determinados bienes y marcas. La sensación de bienestar es cada vez más efímera y la sensación de insatisfacción es el verdadero motor de la sociedad de consumo (Rusconi, 2009). La insatisfacción es producto de mandatos impuestos por el marketing y la publicidad. La doctrina sostiene que:

Se planifica la obsolescencia de las cosas de manera que, una vez adquiridas, al poco tiempo, quien las vendía asegurando que significaban la solución que el consumidor necesitaba, lanza una nueva en su reemplazo y afirma que la anterior ya no sirve o no es útil. (Rusconi, 2009, p. 8).

La sociedad de consumo, en definitiva, es aquella que se caracteriza por una diversificación de productos complejos con diferencias sutiles impuestas por la moda, las marcas y la imagen, que incorporan valores intangibles y que representan una realidad más humana que económica (Rusconi, 2009).

Mediante el siguiente *link*, podrás ver un video que resume algunas ideas sobre la sociedad de consumo:



Fuente: Café Kyoto. (11 de diciembre de 2020). Consumismo. Zygmunt Bauman [Video de YouTube]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=fLmefulxhRM&ab_channel=Caf%C3%A9Kyoto

2. Derecho del consumidor

Para comprender de qué se trata el derecho del consumidor, preliminarmente, se debe aclarar la diferencia terminológica o, si se quiere, ideológica respecto del término “derechos del consumidor”. El derecho del consumidor es un sistema global de normas, principios e instrumentos de implementación en favor del consumidor (Rusconi, 2009). Los derechos del consumidor, al contrario, son, modernamente, la proyección individual del derecho del consumidor. Es la cara más visible del derecho del consumidor, pero no es la única.

Los derechos del consumidor dimanán del **derecho del consumidor**, pero no a la inversa, ya que este comporta —además de derechos— obligaciones para los consumidores. Además, el **derecho del consumidor** incluye, asimismo, los mecanismos específicos para la implantación de los derechos creados (crímenes y actos ilícitos administrativos de consumo, convenciones colectivas de consumo, class action de consumo).

No existe una definición *a priori* del **derecho del consumidor**. Tampoco se puede llegar a una definición válida para todos los tiempos. Definirlo, al contrario, presupone el perfecto entendimiento de la función de consumo (con sus variaciones históricas) y de la declaración jurídica de consumo.

Existen tres fórmulas para definir el derecho del consumidor. Una definición objetiva, una definición teleológico-subjetiva y una definición mixta. En la primera, se “resalta la idea de relación jurídica de consumo” (Gozaíni, 2003, <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5084766.pdf>).

En la segunda, al contrario, se destacan los sujetos de la relación, se les concede un *status iuris* permanente y se resalta la tutela de uno de ellos, o sea, la protección del consumidor. La definición objetiva se preocupa, fundamentalmente, del objeto, la materia disciplinada por el derecho del consumidor. La subjetiva trata del ámbito personal del derecho del consumidor. Finalmente, en la tercera modalidad de definición, se conjuga el criterio objetivo con el teleológico-subjetivo. (Durand Carrión, 2011, https://www.usmp.edu.pe/derecho/instituto/revista/articulos/inv_consumidor.pdf).

Se adopta una definición mixta de derecho del consumidor, que puede ser la mejor solución: el derecho del consumidor es un conjunto de principios y normas jurídicas que protegen al consumidor en la relación jurídica de consumo.

Se encuentra, en tal definición, un elemento objetivo (relación jurídica de consumo) y un elemento subjetivo-teleológico (que protege al consumidor). De ahí, que todo aquello que actúe sobre otro tipo de relación que no sea la de consumo (la relación comercial, de trabajo o de competencia), aunque proteja al consumidor de manera refleja, no forma parte del derecho del consumidor. Igualmente, queda fuera de su campo todo aquello que, incluso aplicándose o reflejando la relación de consumo, no trate de proteger al consumidor, directa o indirectamente (por ejemplo, una regulación estatal que trate de reducir el consumo de un determinado combustible por razones de política de importación).

3. Antecedentes históricos

Luego de la Segunda Guerra Mundial, el mundo cambió y se caracterizó por un gran desarrollo económico adonde aumentó la producción y el comercio, y ello, junto con un aumento de nivel en la vida de las personas, permitió la aparición del derecho del consumidor. El consumidor se veía un tanto desprotegido, por lo que culmina en organizarse en un movimiento social que fue conocido como el *consumerismo*. Previo a la guerra, no se encontraban del todo desprotegidos, pero, de igual modo, no existía un sistema de normas orientado a la protección del consumidor como tal. La evolución del derecho del consumidor no fue rectilínea y uniforme.

En los Estados Unidos, principios como el del *caveat emptor* (en la formación e interpretación de los contratos) y el de la necesidad de *privity* entre la víctima de los daños y el causante de estos (en el terreno de la responsabilidad civil contractual del proveedor, por los accidentes de consumo) sirvieron, durante mucho tiempo, como verdaderas barreras para el desarrollo de la nueva disciplina.

Distinta fue la situación en Europa, donde surgió esta rama con menos dificultades, y ello se debió a la existencia de ciertas teorías preexistentes del derecho civil, como la de los vicios ocultos, que permitió cierta protección al consumidor. Por otro lado, cabe destacar que el escenario era muy distinto en los Estados Unidos respecto de Europa, pues, en el primero, la aparición del derecho del consumidor “se desarrolla a partir de una perspectiva individualista y reparadora: protección del individuo-consumidor hasta llegar a cubrir al público-consumidor” (Bramuzzi, 2017, [http://www.saij.gob.ar/guillermo-carlos-bramuzzi-procesos-materia-consumo-dacf170239-2017-05-18/123456789-0abc-defg9320-71fcanirtcod?](http://www.saij.gob.ar/guillermo-carlos-bramuzzi-procesos-materia-consumo-dacf170239-2017-05-18/123456789-0abc-defg9320-71fcanirtcod?&o=0&f=Total%7CFecha/2017%5B20%2C1%5D%7CEstado%20de%20Vigencia%5B5%2C1%5D%7CTema/Derecho%20administr)

[mientras que, en el segundo, la evolución obedece a una protección más general.](http://www.saij.gob.ar/guillermo-carlos-bramuzzi-procesos-materia-consumo-dacf170239-2017-05-18/123456789-0abc-defg9320-71fcanirtcod?&o=0&f=Total%7CFecha/2017%5B20%2C1%5D%7CEstado%20de%20Vigencia%5B5%2C1%5D%7CTema/Derecho%20administr)

El derecho del consumidor comienza como un cuerpo legal de carácter represivo y, lentamente, el legislador va comprendiendo que tenía que tener una función más bien preventiva. Siguiendo a Benjamín Antonio, citado por Aga (2006):

A la vista de ciertas características del mercado: la velocidad de sus transformaciones; la aparición diaria de nuevas y más complejas modalidades de negocios y tecnologías; la vulnerabilidad del consumidor, bien para evitar, per se, el daño, bien para buscar su reparación; la naturaleza y dimensión de los accidentes de consumo, muchas veces de difícil reparación (cuando no imposible). (<https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar/publicaciones/index.php/NuevaEpoca/article/download/172/225/>).

El carácter preventivo del derecho del consumidor, actualmente, persigue, por un lado, impedir que la fragmentación de la relación de consumo cause perjuicios al consumidor. Y, por otro lado, prevenir que el conflicto de consumo venga a debilitar el propio mercado y, con ello, el orden capitalista.

4. Evolución del derecho del consumidor en Argentina

Previo a la sanción de la Ley 24240 en Argentina^[1], constituyó un buen antecedente la sanción de la Ley 17711, que modificó la visión liberal que tenía el Código Civil hasta ese momento e implementó un enfoque más social^[2]. Este cambio, fundamentalmente, se vio reflejado en las restricciones a la autonomía de la voluntad de los contratos que partían de la base de que los contratantes se encontraban en una situación de iguales para pactar, y ello respondía a que, en determinadas circunstancias, lo pactado entre iguales resultaba injusto.

Luego de esta ley del año 1968, aparece un conjunto de normas que significaron un avance en la legislación del consumidor:

- El Código Alimentario Argentino, sancionado por Ley 18284, en el año 1969, que estableció normas sobre condiciones higiénico-sanitarias y de publicidad de alimentos^[3].
- La Ley 19511, de Metrología legal, que crea el Sistema Métrico Argentino (Simela) del año 1972. Crea patrones uniformes de medidas y los hace obligatorios para los fabricantes e importadores en todo instrumento de medición que se utilice en transacciones comerciales^[4].
- La Ley 22262 de Defensa de la Competencia del año 1980. Castiga los actos o conductas referidos a la producción e intercambio de bienes “que tengan por objeto o efecto limitar, restringir, falsear o distorsionar la competencia o el acceso al mercado o que constituyan abuso de una posición dominante, de modo que pueda resultar perjudicial para el interés económico general”^[5].
- La Ley 22802 de Lealtad Comercial, del año 1983, que regula algunos aspectos de la publicidad comercial, envasado y rotulación e información de los frutos o productos que se comercialicen en nuestro país^[6].

En 1993 se sanciona la Ley 24240^[7], que es la primera norma que toma la relación de consumo — originariamente, refiriéndose solamente a los contratos de consumo— como un vínculo jurídico especial, al cual, consecuentemente, corresponde un régimen normativo especial. La Ley de Defensa del Consumidor significó el reconocimiento expreso de la vulnerabilidad del consumidor en las relaciones de consumo.

[1] Ley 24240. (1993). Ley de Defensa del Consumidor. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/texact.htm>

[2] Ley 17711. (1968). Código Civil – Modificaciones. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=103603>

[3] Ley 18284. (1969). Código Alimentario Argentino. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=21841>

[4] Ley 19511. (1972). Ley de Meteorología. Poder Ejecutivo. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/45000-49999/48851/texact.htm>

[5] Ley 22262. (1980). Defensa de la Competencia. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=32636>

[6] Ley 22802. (1983). Ley de Lealtad Comercial. Poder Ejecutivo Nacional. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/19946/texact.htm>

[7] Ley 24240. (1993). Ley de Defensa del Consumidor. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/texact.htm>

Con la reforma constitucional de 1994 se eleva a rango constitucional la defensa del consumidor. La Ley 24240, luego, fue objeto de diferentes reformas (Leyes 24568, 24787, 24999), y se destacó, especialmente, la Ley 26361 de 2008, que modificó numerosas soluciones legales e introdujo varias figuras trascendentes. Finalmente, el consumidor fue impactado por la Ley 26994, que incorporó al Código Civil y Comercial una

regulación específica de los contratos de consumo y alteró algunos artículos de la ley. (Tinti y Calderón, 2017, p. 16).

Referencias

- Aga, J. F.** (2006). Información y prevención. *Revista de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales*, 9-19. Recuperado de <https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar/publicaciones/index.php/NuevaEpoca/article/download/172/225/>
- Bramuzzi, G.** (2017). Procesos en materia de consumo. Sistema Argentino de Información Jurídica. Recuperado [http://www.saij.gob.ar/guillermo-carlos-bramuzzi-procesos-materia-consumo-dacf170239-2017-05-18/123456789-0abc-defg9320-71fcanirtcod?](http://www.saij.gob.ar/guillermo-carlos-bramuzzi-procesos-materia-consumo-dacf170239-2017-05-18/123456789-0abc-defg9320-71fcanirtcod?&o=0&f=Total%7CFecha/2017%5B20%2C1%5D%7CEstado%20de%20Vigencia%5B5%2C1%5D%7CTema/Derecho%20administr)
&o=0&f=Total%7CFecha/2017%5B20%2C1%5D%7CEstado%20de%20Vigencia%5B5%2C1%5D%7CTema/Derecho%20administr
- Durand Carrión, J.** (2011). Los vacíos del nuevo Código de Protección y Defensa del Consumidor y su repercusión en los derechos del consumidor, perspectivas y efectos en el Derecho Civil (Investigación académica). Universidad de San Martín de Porres. Facultad de Derecho. Recuperado de https://www.usmp.edu.pe/derecho/instituto/revista/articulos/inv_consumidor.pdf
- Gozáini, A.** (2003). ¿Quién es consumidor a los fines de la protección procesal? Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5084766.pdf>
- Ley 17711.** (1968). Código Civil – Modificaciones. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=103603>
- Ley 18284.** (1969). Código Alimentario Argentino. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=21841>
- Ley 19511.** (1972). Ley de Meteorología. Poder Ejecutivo. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/45000-49999/48851/texact.htm>
- Ley 22262.** (1980). Defensa de la Competencia. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/verNorma.do?id=32636>
- Ley 22802.** (1983). Ley de Lealtad Comercial. Poder Ejecutivo Nacional. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/15000-19999/19946/texact.htm>
- Ley 24240.** (1993). Ley de Defensa del Consumidor. Honorable Congreso de la Nación Argentina. Recuperado de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/texact.htm>
- Rusconi, D.** (2009). *Manual de derecho del consumidor*. Buenos Aires, AR: Abeledo Perrot.
- Tinti, G. y Calderón, M.** (2017). *Derecho del Consumidor: Ley nro. 24240*. Córdoba, AR: Aleroni.