UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA

Facultad de Derecho y Ciencias Políticas

Sede Tigre

Carrera de abogacía

TRABAJO FINAL

"Los Derechos Humanos del Consumidor en el Siglo XXI"

Tutor: Dra. Eloisa Raya de Vera.

Alumno: Mariel Griselda Díaz

Título al que se aspira: Abogada

Fecha de presentación: febrero de 2020

Tigre, 06 mayo de 2019

Asunto: Solicitud de tutoría para el trabajo final

Estimada Dra. Eloisa Raya de Vera:

Por medio de la presente, solicito a usted, tenga a bien aceptar ser la tutora del trabajo final que debo realizar para obtener el título de abogada.
El tema a desarrollar será "Los Derechos Humanos del Consumidor en el Siglo XXI".
Desde ya, muchas gracias

Saludos Cordiales,

_____

Mariel G. Díaz

Tigre, 13 de mayo de 2019

Asunto: Carta de aceptación del tutor

Autoridades de la Universidad Abierta Interamericana

Facultad de Derecho y Ciencias Políticas

Estimados/as:

Por medio de la presente, pongo en su conocimiento que, ante la solicitud de la alumna, Mariel Griselda Díaz, DNI: 21.523.537, Legajo Nº A0980000200 200-J1, acepto el compromiso de ser su TUTORA ACADÉMICA durante el desarrollo, la presentación y evaluación final del trabajo titulado: "Los Derechos Humanos del Consumidor en el Siglo XXI". Para que, el mismo, obtenga el título de abogado.

Cordialmente,

_____

Dra. Eloisa Raya de Vera

NOTA DE RESERVA DEL TEMA

De: **Mariel Díaz** marieldiaz73@yahoo.com

Enviado el: jueves, 31 de octubre de 2019 10:03 p.m.
Para: **Miceli, Marilina** Marilina.Miceli@UAI.edu.ar
Asunto**:** Reserva del tema, trabajo final

Dra. Marilina Miceli:

En función de lo establecido, me dirijo a usted con el propósito de hacer reserva del tema para el trabajo final. El mismo se titula: "Los Derechos Humanos del Consumidor en el Siglo XXI".

La tutora de dicho trabajo es la Dra. Eloisa Raya de Vera.

Espero confirmación.

Desde ya, muchas gracias. Atte.,

Mariel G. Díaz

Abogacía, Sede Tigre

Octubre 2019

Enviado desde Yahoo Mail con Android

De: **Miceli, Marilina** <Marilina.Miceli@UAI.edu.ar>
Para: **Mariel Díaz** marieldiaz73@yahoo.com

Fecha: 1 de noviembre. de 2019 a las 10:06 a.m.

Asunto**:** Reservo tema, trabajo final

Tema registrado. Presentación a partir de febrero de 2020. Atte.

Dra. Marilina Andrea Miceli

Secretaria Técnica de la

Facultad de Derecho y Cs. Políticas y

Directora de la carrera de Martillero público,

Corredor y Administrador de consorcios

Universidad Abierta Interamericana

Tel. 4342-7788 int.139 Fax 4342-7654

ÍNDICE

Marco Teórico y Metodología.....8

1. Planteamiento general.....8

2. Estado actual de la cuestión.....8

3. Objetivos.....9

*** Objetivo general.....9**

*** Objetivos específicos.....9**

4. Hipótesis.....9

5. Metodología.....9

Prefacio.....11

Capítulo1: Génesis y aproximación histórica del Derecho Comercial.....12

Introducción.....12

1.1. La cuestión del comercio en la antigüedad.....13

1.2. Breve reseña histórica del Derecho Comercial.....15

1.3. Evolución del Derecho Comercial en Argentina.....18

1.4. Comercio Internacional. Protección de los Derechos Humanos.....21

Capítulo 2: Derecho del Consumidor.....24

2.1. Acerca del Derecho del Consumo.....24

2.2. Sujeto protegido, consumidor.....25

2.2.1. El consumidor ciudadano.....27

2.3. El proveedor.....29

2.4. El consumidor y el proveedor del Siglo XXI.....30

2.5. El consumo es un Derecho Humano.....33

2.6. El consumo en un mundo globalizado.....34

Capítulo 3: Consumo y Derecho Humano.....36

3.1. Derecho a un medio ambiente sano.....36

3.2. Impacto de las actividades empresariales de las multinacionales.....38

3.3. El consumo y el medio ambiente.....39

3.3.1. El consumo y la energía.....40

3.3.2. El consumo responsable.....41

3.3.3. El consumo y los residuos.....43

Capítulo 4: Principios y normas del Derecho del Consumidor.....46

Introducción.....46

4.1. Principios Jurídicos. Principios generales y particulares.....47

4.2. Normas del Derecho del Consumidor.....51

4.2.1. Normas internas del Derecho del Consumidor.....52

4.2.2. Tratados Internacionales.....56

Capítulo 5: Los Maestros del Derecho, dicen..., ...59

Introducción.....59

5.1. Acerca del Derecho, dice: 59

5.1.1. Acerca de la interpretación del Derecho, dice: 60

5.2. Acerca de los Derechos Humanos, dice: 60

5.2.1. Acerca de la protección de los Derechos Humano, dice: 60

5.2.2. Acerca de la responsabilidad del Estado y de los ciudadanos, dice: 60

5.3. Acerca del Derecho Mercantil, dice: 61

5.4. Acerca del Consumidor, dice: 61

5.5. Acerca de la Globalización Jurídica, dice: 61

CONCLUSIÓN.....62

BIBLIOGRAFÍA.....63

Agradecimientos

Agradezco la enorme generosidad y el apoyo que he recibido de mi tutora, la Dra. Eloisa Raya de Vera.

Mi más profundo agradecimiento a toda mi familia por su gran contención y sincero amor.

A mis amigos de la universidad, toda mi gratitud y a mis profesores, mi mayor reconocimiento.

MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO

1. Planteamiento general

En tema que nos ocupa (la relación entre derechos del consumidor y los derechos humanos), hemos de intentar ayudar a la comprensión de la misma que pretendemos sirvan para despejar algunas dudas, respecto del estudio y defensa de estos derechos.

La primera de ellas consiste en afirmar que bregar por los derechos del consumidor no es la preocupación de la comunidad académica, respecto a la necesidad de cubrir jurídicamente los padecimientos de la clase media respecto de los modernos negocios y servicios (teléfonos celulares, paquetes múltiples bancarios, tarjetas de crédito, contratos de tiempo compartido, etc.).

La segunda, radica en también demostrar que el derecho del consumidor no se reduce a la simple óptica del comprador en comercios desde el punto de vista del ama de casa, en un enfoque demagógico-populista que agota el tema de nuestro estudio en el rol del consumidor que vigila el correcto peso de los productos y la fecha de vencimiento de los mismos.

Ambos mitos, hacen hincapié solamente en la faz patrimonial de la protección, en la lucha valedera pero no suficiente por la integridad y la no profanación del bolsillo, relativa a consumos vinculados a una clase o a determinados hábitos de consumo diario, que reducen la problemática a una lógica simplista, y que tienden a minimizarla como rama del derecho.

El derecho del consumidor es, sin duda, un vehículo social de protección general, vinculado a derechos elementales de la persona humana, encuadrados dentro del marco de lo que llamamos derechos humanos.

En el presente trabajo nos ocuparemos de analizar cómo la normativa vigente entra en crisis frente a los cambios de paradigmas y las formas de consumo.

2. Estado actual de la cuestión: Las Directrices de las Naciones Unidas, aprobadas por la Asamblea General de la ONU en 1985, Resolución 39/248, ampliadas en 1999, enumeran expresamente cuáles son los derechos de los consumidores y usuarios, la obligación de proveer a la protección de los mismos por parte de las autoridades, propiciando el dictado de una debida legislación.

Una legislación que reconozca a los mismos y permita su intervención para esos fines. Constituyen "lineamientos para la aplicación de políticas gubernamentales de protección al consumidor" y más allá de su leve rango de Directrices o directivas (no son tratados) constituyen postulados de los cuales la legislación interna no puede apartarse y han sido fuente de nuestra Ley 24.240.

Las Directrices, pese a su actualización en 1999, no contemplan aún la situación de consumidores de servicios específicos, como los bancarios/financieros o de seguros.

Es un tema que en diversos países aún se discute. Se pone sobre la mesa su encuadramiento en leyes protectorias de consumidores o en las leyes específicas de la actividad, pero a pesar de ello, parece ser que el sistema de consumo corre una carrera que deja atrás el derecho del consumidor.

3. Objetivos

Objetivo general

El objetivo de este trabajo es contribuir a confirmar que los derechos de los llamados usuarios y consumidores, conforman los "Derechos Humanos", gracias a su desarrollo original en el derecho internacional, su impregnación en las normas internas de los Estados y la progresividad del reconocimiento y protección de los mismos.

Objetivos específicos:

Los objetivos específicos consistirán en analizar:

- La relación de consumo
- El vínculo jurídico entre el proveedor y el consumidor o usuario
- Los bienes jurídicos y su normativa
- El derecho vigente y los proyectos de reformas existentes
- Los derechos humanos del consumidor (derecho a la vida y dignidad)

4. Hipótesis

La hipótesis por confirmar, o descartar, es que, las nuevas formas de consumo exigen una adecuación de la normativa vigente al avance de la tecnología, un mayor compromiso del Estado y de los ciudadanos para proteger los Derechos Humanos del Consumidor.

5. Metodología

Es lógico reconocer que pertenecemos a un conjunto de sistemas.

Es importante destacar que este método de investigación entiende por sistema una totalidad que alude a todos los campos de la ciencia. La totalidad que hace a una concepción amplia, desde la propia ciencia misma a las demás ciencias humanas.

Esta concepción del sistema se encuadra en la visión filosófica que entiende un modo significativo de estudiar las diferentes organizaciones, sin hacer una distinción de sus variables. Un sistema amplio, cuyas variables son mutuamente dependientes

Fue preciso valernos del método histórico porque para poder interpretar las normas y los diferentes hechos es necesario acudir a sus antecedentes. Abrir la ventana del pasado de manera reflexiva, entendiendo el contexto y las circunstancias puede ser el camino para planear el futuro que pueda reconocer los errores y aprender de ellos.

Es de suma relevancia considerar la valoración actual que se le dan a las normas dictadas en otra época, para que éstas, no queden en desuso o, peor aún, el derecho se divorcie definitivamente de la realidad por su incapacidad de adaptación.

La técnica que primó para realizar este trabajo fue la observación detallada de la problemática actual.

Prefacio

El derecho del consumidor, por su propia naturaleza y por mandato constitucional requiere mecanismos y procedimientos que cubran las situaciones que se producen y que a veces no encuentran solución en los sistemas tradicionales. Éstos, a su vez tienen que cumplir con el requisito de eficacia, que implica la posibilidad de obtener una respuesta del sistema a sus reclamos en tiempo, modo y condiciones de acceso que no desnaturalicen la protección de los Derechos Humanos.

El análisis de estos sistemas excede los propósitos de este trabajo, pero vale resaltar que, sin justicia de menor cuantía, de sometimiento obligatorio, muchos casos de atropellos quedarán impunes y no llegarán a los tribunales.

El Estado debe regular tanto las condiciones técnicas de la prestación, estableciendo reglas generales e iguales para los prestadores, como aquellas que estimulen, impulsen y obliguen a la inversión y al desarrollo tecnológico, para una gestión eficiente de los recursos comunes, ya que la Administración no debe olvidar el carácter público de estos servicios.

Cabe destacar que la dignidad significa trato justo en la relación de consumo, con respeto a la vida, salud, e integridad física de las personas.

El acceso al consumo para todos se vincula indisolublemente con el principio de no discriminación y significa existencia de infraestructuras, medios e información para colocar al consumo al alcance y a la comprensión de todos los sectores de la población, e introduce la problemática de los sectores con necesidades especiales o características diferentes (ancianos, niños, discapacitados, personas de bajo nivel cultural, etc.).

En materia de servicios públicos, la temática del acceso al consumo reviste especial importancia, dado el carácter de universalidad de estos servicios, y su relación directa con las condiciones de calidad de vida y dignidad humana, a las que contribuye directamente la posibilidad de gozar de estos beneficios.

Creado un servicio público y prestado por el Estado o por particulares, nace el derecho de los usuarios potenciales al acceso al mismo y la garantía del cumplimiento de los derechos fundamentales.

Capítulo 1: Génesis y aproximación histórica del Derecho Comercial

Introducción

Al igual que cuando vemos una película, no se nos ocurriría comenzar por el final, lo mismo pasa aquí. Hablar de consumidor sin hacer un recorrido histórico del comercio y del Derecho Comercial nos dejaría a mitad de camino.

Una de las formas de analizar el mundo en que el vivimos es a partir de la historia. Ella nos precede, nos enseña por analogía y en consecuencia nos permite establecer un parámetro de comparación. Las huellas que deja la historia, nos permite recoger de ella los elementos que permanecen vigentes y poder reconocer en qué hemos evolucionado y cuáles son los rasgos de involución. Siempre es una buena idea ir hacia atrás para poder avanzar sin cometer los errores del pasado.

En este capítulo abordaremos la cuestión del comercio en la antigüedad. "*El comercio como actividad económica existió desde tiempos remotos; los asirios, judíos, fenicios, egipcios, griegos y romanos desarrollaron un importante intercambio comercial*[1].

Asimismo, haremos una breve reseña histórica del Derecho Comercial y de la evolución del Derecho Comercial en Argentina.

Entender que el Derecho es una construcción política, jurídica y social nos permite abrir la mente y razonar de manera correcta. Es por ello, que este capítulo intenta transitar por ese camino de integración conceptual.

Hablaremos, además, del Comercio Internacional y la implicancia de los Derechos Humanos en su accionar. Accionar que involucra una relación contractual regido por el valor de la buena fe que, "... *cumpliría en la actualidad un nuevo rol como elemento esencial en la construcción del concepto de contrato*..."[2]

Vivir en un mundo globalizado es un desafío constante y la protección de los Derechos Humanos se debe a ese desafío.

¿El mundo debe adaptarse a las reglas del mercado o revelarse?

[1] Conf.Orione, Francisco. Enciclopedia Jurídica Omeba. Buenos Aires. Edit. Bibliográfica Argentina,1964, págs. 19,20 y 21.
[2] Nicolau, Noelia. Tratado de la Buena Fe en el Derecho, Cap. XVII. Bs.As. Edit. UAI, 2019, pág.299.

1.1. La cuestión del comercio en la antigüedad

En las excavaciones arqueológicas que fueron realizadas en el Monte Testaccio, Roma, se han hallado restos de ánforas que sirvieron para el transporte del aceite producido en bética hasta Roma y que se hacía por mar.

Muchas de las ánforas encontradas, aún conservan inscripciones, tales como, los nombres de las personas que se dedicaron al transporte con la correspondiente datación consular- tituli picti-. Es por entonces, que aparece la figura de los mercatores olearii, navicularii, negotiatores y diffusores olearii.

La función que ejercían los actores del comercio presentan una serie de interrogantes en relación al Derecho Público y al ámbito del derecho Privado. Ello tiene que ver con la modalidad de las compras ventas realizadas, de los contratos de transporte y de otros tipos de contrato, como para comenzar.

Todo nos lleva a poner en relieve los recientes estudios romanísticos que han puesto de relieve la importancia de la actividad comercial y financiera en la Roma clásica.

Se plantea como una verdad revelada, la existencia de un Derecho Mercantil romano, partiendo de las evidencias de los textos jurídicos y literarios, así como de los hallazgos epigráficos.[3]

Lo nuevo se impone frente a la opinión tradicional de que el Derecho mercantil, como rama independiente del Derecho civil, no existe hasta la aparición de los comentaristas en los siglos XII y XIII.[4]

La discusión ontológica del Derecho Mercantil como rama autónoma del Derecho Privado es una pauta más que demuestra la intrincada situación.

El tráfico económico, comercial e industrial no escapa a esa lógica de establecer a qué institutos pertenecían dichas actividades. Pero no cabe duda alguna, acerca de la existencia de un complejo entramado financiero y comercial, que va más allá de los negocios y contratos privados.

La economía se abre paso y los contratos son el principio de lo que vendrá.

[3]García Garrido, Manuel, Derecho Privado Romano. Edit. Sanz y Torres. Madrid, 2019.
[4] Goldschmidt, Tesis Universalgeschichte des Handelrechts. Alemania Edit. Stuttgart,1981. Pág. 3

Las grandes transacciones se darían en el período de máximo esplendor de la expansión del Imperio, que viene a coincidir con el período del que llamamos "Derecho Clásico", que abarca desde el Principado de Augusto hasta el final de la dinastía de los Severos, hacia el final del primer tercio del siglo III d. C. La empresa familiar, por su parte, comienza con la explotación del negocio, por medio de personas sometidas a la potestad del paterfamilias, y tiene lugar en la taberna instructa o en la nave dispuesta para la pesca o el transporte.

La estructura comercial familiar se desarrolla con las nuevas necesidades de producción de bienes de consumo, de materiales de construcción y de servicios.

Mayor es la demanda, mayor es el volumen y complejidad que exige la integración de los libertos y otras personas libres en ese núcleo comercial familiar inicial para cubrir las expectativas de las ambiciones requeridas.

Es la época de los grandes almacenes de distribución de productos y de la aparición de los intermediarios comerciales. Aquí, se vislumbra la actividad comercial en expansión.

De manera paralela, se comienza a ejercitar una actividad comercial en el ámbito de los negocios bancarios. Esta actividad da lugar a la aparición de numerosos personajes que tienen una actividad financiera: argentarii (banqueros que realizaban distintas operaciones por medio de una amplia variedad de contratos e instituciones jurídicas), nummularii (cambistas que, además, certificaban la autenticidad y el valor de las monedas), feneratores (prestamistas que cobran intereses), coactores (cobraban deudas pendientes, asistían a las subastas y financiaban las compras), mensularii (agentes financieros privados y, también, banqueros públicos para financiar guerras y obras públicas).[5]

Aparece, por entonces, la existencia de centros de actividad financiera (mensae argentariae o mensae nummulariae) y de asociaciones de banqueros para hacer frente a las operaciones financieras o para afrontar una financiación extraordinaria (societates argentariorum).

El dinero comienza a tomar las riendas de la sociedad.

[5] Rivarola, Mario. Tratado Elemental de Derecho Comercial. España, Edit. Cía. Arg. de Editores,1938, pág.713.

En el ámbito que requiere el aporte de enormes sumas de dinero para la gestión de los servicios públicos y la construcción de las grandes obras públicas, se crea la societas publicanorum.

Una sociedad capitalista se asoma de manera irreverente, integrada por ciudadanos privados con la suficiente capacidad económica como para hacer frente a la contratación pública o a las concesiones que el poder público delegaba en estos gestores privados. El dinero comienza a ser un gran atractivo de los que muchos no pueden escapar.

La transformación de Roma que, conlleva consigo la necesidad de abastecer al ejército desplazado a gran distancia de la capital, exige disponer de productos y transporte.

Asimismo, existía una multitud de personas ociosas (la mayor parte o procedente de la licencia del ejército o procedente de una inmigración interna de agricultores que se desplazan a la capital en busca de mejores condiciones de vida). Los emperadores requerían gestionar un complicado entramado comercial y de transporte para cubrir las necesidades básicas de este sector y así calmar su mal humor que llevaba a numerosas revueltas.

Augusto valoró la importancia política del control del aprovisionamiento de la ciudad de Roma y del ejército y es, a partir de ese momento que, mediante la creación de la Praefectura annonae se asume, bajo el control imperial, la producción de las dos grandes materias básicas para el consumo, el grano de Egipto y el aceite de la Bética. [6]La historia nos muestra que las diferentes actividades comerciales nacen como respuesta a un abanico de necesidades que atraviesan los individuos, inmersos en la complejidad que suponen las relaciones humanas.

1.2. Breve reseña histórica del Derecho Comercial

Suele presentarse una confusión que hace que creamos que, la historia del Derecho Comercial es igual a la historia del comercio, pero como ya lo hemos expresado ésta última nace, desde que se evidencia en el hombre, la necesidad de intercambiar productos con otros semejantes, para satisfacer sus necesidades.

[6] Everitt, Anthoni. Augusto. España. Edit. Ariel S.A. España,2008.

Las antiguas civilizaciones utilizaban instituciones mercantiles que, si bien no eran lo mismo que el Derecho Comercial - tal como lo conocemos- tenían una regulación muy precisa.

El Código babilónico de Hammurabi incluía las sociedades, el depósito y operaciones bancarias.[7]

El Derecho marítimo griego tenía una especial regulación que fue apreciada y replicada en otras civilizaciones.

China fue conocida por la influencia que tuvo la forma de llevar la contabilidad comercial (influyó en el sistema de doble cuenta de Pacholí).

Hemos dicho que en la antigüedad no existió un Derecho Comercial, tal como se concibe actualmente. Su surgimiento se presenta en la Edad Media; razón por la cual, la existencia de algunas normas jurídicas que aparecieron, inclusive siglos antes del surgimiento del Imperio Romano, pueden llegar a constituir a lo sumo sus remotos antecedentes.

Los romanos crearon un sistema jurídico muy evolucionado que, continúa siendo fundamento de diversas instituciones del Derecho Privado. Pero no lograron tener un cuerpo especial de reglas de carácter comercial porque la clase patricia, estaba integraba mayoritariamente por terratenientes que daban especial importancia a la agricultura, considerando que el comercio y la industria eran actividades propias de esclavos y libertos.

Recordemos que, en el régimen esclavista, las relaciones entre el amo y el esclavo no eran jurídicas, sino circunscritas a aspectos administrativos y de contabilidad.

Las relaciones entre los romanos y los extranjeros eran reguladas por el IUS GENTIUM, que le permitían satisfacer los requerimientos de simplicidad y rapidez del tráfico mercantil.[8] Para ellos, lo que prevalecía en el derecho era la buena fe y junto a ella el reconocimiento de los usos mercantiles que permitía establecer el procedimiento de cobranzas y ejecución por deudas. Su dominio imperial estructura los contratos de representación, las reglamentaciones marítimas y las instituciones bancarias.

[7] Pretrasso, Hernán. Derecho Comercial. Buenos Aires, Edit. Ediciones Centro Norte,2002, pág.2.
[8] McNeill.William. Historia Universal. Buenos Aires, Edit. Siglo Veinte,1962.

Durante la Edad Media se da lo que se llama “Autonomía del Derecho Comercial”. Del siglo V al siglo XV, el Derecho Comercial deja de ser parte del derecho común y se convierte en una rama autónoma del Derecho.

Anticipamos que, por otra parte, el Derecho Mercantil, rama del derecho entendida como sistema de principios generales aplicables a las actividades mercantiles, nace de una segregación del derecho privado que tuvo ocurrencia bien avanzada la Edad Media.

Durante el Siglo V, con la caída del Imperio Romano de Occidente, se produce un cuantioso éxodo de las ciudades hacia el campo que provoca un decaimiento de las actividades comerciales.

Con la invasión de los bárbaros, el tráfico de mercaderías se vuelve peligroso, extremadamente inseguro. Los invasores traen consigo sus propias leyes y al no haber unificación jurídica, provoca mucha incertidumbre.

Con el surgimiento del Feudalismo, en el siglo VII se comienza a avivar la chispa comercial. Su economía agrícola restablece paulatinamente las actividades de comercio.

Ya escapando del régimen Feudal, siglo XI, las poblaciones asfixiadas por los feudales buscan su libertad y comienzan a retornar a la ciudad. Surgen mercados locales y ferias internacionales.

El Derecho común es sustituido por los usos y costumbres comerciales que sumadas a las sentencias dan nacimiento a la lex mercatoria, la cual se caracterizaba por ser consuetudinaria (no escrita sino basada en la costumbre), subjetiva (aplicable solo a los comerciantes) y local (solo regia en una determinada feria o mercado). Para ello, se crean tribunales especiales integrados por comerciantes.

La Edad Moderna se caracteriza por la objetivización que se inicia con el descubrimiento de América en 1492 y culmina con la Revolución Francesa en 1789.

Comienzan a surgir Estados Nacionales y las normas locales pasan a ser nacionales. Gran parte de la población empieza a realizar actividades comerciales, bajo la ley comercial.

El Derecho Comercial deja de ser subjetivo para volverse objetivo, aplicable al conjunto de actividades comerciales.

La Era Contemporánea- señalada como la era en la que surge la teoría del acto de comercio y se perfecciona la objetividad del Derecho Comercial- comienza con la Revolución Francesa y se extiende a nuestros días.

Es la época de codificación, comienzan a dictarse los códigos especiales. El primer código fue el Código de Napoleón de 1807, el cual enumera una serie de actos a los que se les aplicarían las normas y jurisdicciones mercantiles.

1.3. Evolución del Derecho Comercial en Argentina

La legislación mercantil en nuestro territorio, en la Época Colonial, se encontraba sujeta al Libro IX de la Recopilación de las Leyes de Indias que había sido promulgada por el rey Carlos II.[9] Ésta se aplicaba exclusivamente al comercio marítimo y fue contemplada por disposiciones del Consulado del Mar y las Ordenanzas de Burgos, así como también, por los usos y costumbres de los comerciantes.

Desde 1791 se aplicaron las Ordenanzas de Bilbao, que constituyeron el Derecho Comercial vigente hasta mediados del siglo XIX, con muy pocas modificaciones.

En 1794 se creó el Consulado de Buenos Aires y los litigios comenzaron a ser resueltos por sus tribunales.

En 1815 se resolvió que los contratos de sociedad debían otorgarse ante el escribano del Consulado, a fin de darles mayor justeza y seriedad técnica.

A partir de la independencia se dictaron algunas leyes sobre corredores, sobre actos de comercio. También se creó la matrícula de comerciante y la bolsa de comercio.

En 1817 el Reglamento mandó que se observen las leyes españolas en tanto no contradigan.

Los gobiernos patrios, apremiados por problemas políticos más urgentes, no encararon la modificación de la legislación española, salvo en algunas pocas cuestiones.

En materia de comercio se destacó el decreto de 1822 , que abandona la concepción subjetiva del Derecho Comercial para estructurarlo sobre la base del acto de comercio.[10]

[9] Aztiria, Enrique. Origen y Evolución histórica del Derecho Comercial y antecedentes argentinos, en Revista" Lecciones y Ensayos", Edit. Cooperadora de Derecho y Cs. Sociales, Bs. As. 1971, pág.12.
[10] Petrasso, Hernán. Op. Cit., pág.22.

La Constitución de 1853 impuso al Congreso la facultad de redactar y sancionar el Código de Comercio y una ley de bancarrotas (quiebras); reglar el comercio marítimo y terrestre con las naciones extranjeras, y de las provincias entre sí.

La Constitución Nacional dio al Congreso la atribución de establecer la legislación de fondo de la Nación (art. 67, inc. 11), pero la tarea no fue cumplida de inmediato.[11]

En 1859 la Provincia de Buenos Aires, separada del resto del país, dictó su propio Código de Comercio, obra del jurista uruguayo Eduardo Acevedo, en colaboración con el Dr. Dalmacio Vélez Sarsfield. Ante la falta de una legislación nacional, algunas provincias adoptaron el código de Buenos Aires, mientras que otras se rigieron por el español de 1829.[12]

El código de 1862 contenía muchas disposiciones en materia civil, que no se adaptaban al código de esa materia que comenzó a regir en 1871. Por eso se hizo necesaria su reforma. Después de varios intentos, ésta se concretó en 1889. Fue elaborada por la Comisión de Códigos de la Cámara de Diputados y se puso en vigencia a partir del 1° de mayo de 1890.

Con la unificación de Argentina, el Código fue declarado como el Código Nacional y pasó a regir en todo el país.

Como al tiempo de ser redactado no había en Argentina un Código Civil, los autores incluyeron muchas disposiciones de esta materia en el Código de Comercio. Por eso cuando en 1871 comenzó a regir el Código Civil elaborado por Vélez Sarsfield, se hizo necesario adaptarlo a la nueva legislación, lo que, después de varios intentos, se concretó en 1889 en base al proyecto elaborado por la Comisión de Códigos de la Cámara de Diputados.

En 1889 fue aprobada una reforma, mediante la Ley 2637, que incluía la nueva ley de Quiebras, las ordenanzas de la Aduana, la ley sobre garantías o certificados del depósito y las leyes de patentes de invención a marcas.

---

[11] Constitución Nacional de 1949, art.67.
Recuperado de: https://www.wipo.int 5 / 05/2.019.

[12] Malagarriga, Carlos. Reseña de la Legislación Comercial Argentina. Bs. As. Edit. Depalma,1961, págs. 11-13.

Durante el siglo XX tuvo nuevas modificaciones, entre ellas, las relativas al régimen del cheque y la letra de cambio, prenda con registro, regulación de las sociedades comerciales y en materia de concursos y quiebras.[13]

En el año 2015, el Código de Comercio de 1862 y sus sucesivas modificaciones, fue derogado por la ley 26.994, que sanciona al nuevo Código Civil y Comercial de la Nación y reforma a la Ley de Sociedades, con vigencia a partir del 1º de enero de 2016 (art. 4º).

El nuevo Código Civil y Comercial de la Nación incorporó algunas de las materias comerciales y le da un tratamiento unificado a las obligaciones y a los contratos.

El Código unificado regula la contabilidad, la rendición de cuentas, la representación, los contratos comerciales típicos, las reglas de interpretación y el valor de los usos y costumbres.

De igual modo, incorpora los contratos comerciales atípicos y los contratos bancarios, introduce reglas generales en materia de títulos de crédito y regula el contrato de "arbitraje" y los contratos "de consumo".

El nuevo Código no derogó a las leyes comerciales que remplazaron a los libros tercero y cuarto del código de comercio, como son la ley de Navegación y la ley de Concursos y Quiebras.

Con la nueva incorporación, el Registro Público de Comercio pasa a denominarse Registro Público a secas.

No hay regulación específica sobre actos inscribibles, procedimientos y efectos de las registraciones.

En cuanto a las sociedades, la ley deroga a las sociedades "civiles" y modifica a la ley 19.550, cuyo nombre ahora es "ley general de sociedades", pasando los "contratos asociativos" al texto del código civil.

Desaparecen los conceptos de "comerciante", de "acto de comercio", de "contrato comercial" y de "sociedad comercial".

Debemos recordar que el Derecho Comercial está integrado por dos clases de normas: las "de limitativas" y las "prescriptivas". Las primeras son las que disponen en

[13] Mascheroni y Muguillo. Manuel de Sociedades Civiles y Comerciales. Buenos Aires. Edit. Universidad,1994, pág.51.

qué casos se aplica la ley comercial, describen los presupuestos de hecho o de derecho para la aplicación de dicha ley; pero sin establecer sus consecuencias. Las segundas son las que disponen cuáles son las consecuencias de aplicar la ley comercial, las que fundamentalmente consisten en:

a) la aplicación de reglas nuevas o distintas a las civiles (que buscan dar seguridad y celeridad a los negocios y reducir los riegos).

b) la competencia de los tribunales comerciales (que busca la especialización)

c) la atribución de la calidad de comerciante a sujetos que realizan en forma habitual ciertos "actos de comercio" (conceptualmente actos de "interposición en los cambios"), para imponerles exigencias en materia de identificación, capacidad y publicidad (registro mercantil), información general (contabilidad legal) e información específica (rendición de cuentas), como así para someterlos a un régimen de presupuestos especiales para el concurso preventivo (exigencias contables) y responsabilidades agravadas. [14]

1.4. Comercio Internacional. Protección de los Derechos Humanos

El comercio internacional, desde su origen hasta la actualidad, ha constituido un concepto de primera importancia dentro de la ciencia económica y un recurso obligado en la práctica para desarrollar las economías nacionales[15].

La globalización permite darnos cuenta de la multiplicidad de criterios que la definen, pero podemos coincidir que se trata de un proceso histórico de integración mundial en los ámbitos político, económico, social, cultural y tecnológico, que ha convertido al mundo en un lugar cada vez más interconectado, lo que se ha venido llamando aldea global.

El gran vínculo de conexión establece una mayor integración del comercio, las finanzas, la culturas y las ideas. Desde la perspectiva del comercio la globalización permite comprar y vender bienes y servicios entre los países.

La idea de comercio global determina la cercanía, entendiendo que los bienes y servicios pueden viajar más lejos y más rápido, pudiéndose encontrar en cualquier tienda de cualquier ciudad y barrio del mundo.

[14] Conferencia de la Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Ginebra, 2017
[15] Rabadán Abel - Aspectos Fundamentales Del Comercio Internacional. México D.F. Ed. Instituto Politécnico Nacional, 2000. Introducción

Un nuevo paradigma se asoma, se globaliza la idea de consumo.

Las innovaciones en las áreas de las telecomunicaciones y de la informática, especialmente Internet, han jugado un papel decisivo en la construcción de un mundo globalizado, eliminando los tradicionales límites de espacio y tiempo en las relaciones profesionales, mercantiles, económicas, etc.

La Revolución Tecnológica determina la aparición de la llamada Sociedad de la Información.

La protección de los Derechos Humanos no encuentra un espacio adecuado en el desafiante sistema multilateral de comercio.

La OMC contribuye a las dificultades que implica adecuarse a los nuevos tiempos, en virtud de la poca permeabilidad del sistema.

Disentimos con la postura de los doctrinarios que aseguran que, en el ámbito de los Tratados Comerciales Bilaterales, los derechos humanos representan un rol cada vez más relevante. No consideramos que la inclusión, por si sola, de los Derechos Humanos constituyan un factor esencial en el desarrollo económico y social de los países. Es un hecho que no logran desarrollar las potencialidades humanas, ni confieren estabilidad social y política.

Algunos consideran positivo que la suma de leyes conduzca a un régimen propicio para el flujo comercial y de capitales. Sin embargo, la inclusión de los Derechos Humanos como condicionalidades en los acuerdos comerciales deben responder a propósitos mucho más nobles de los que finalmente aparecen.

Uno de los grandes temores de los países latinoamericanos reside en la posibilidad de que los países desarrollados invoquen la cláusula de protección de los Derechos Humanos para justificar la adopción de medidas proteccionistas que obstaculicen las exportaciones procedentes de esos países, con graves repercusiones para sus respectivas poblaciones. Cualquier restricción en los flujos internacionales de comercio repercutirá sobre la tasa de empleo y la calidad de vida de millones de personas. Lance Compa lo resume diciendo: *"Antes de más nada, hay que recordar que el comercio internacional tiene directa relación con el empleo"* [16]

[16] Compa, Lance. Labor Rights and Labor Standards in International Trade. Washington D.C.Ed. Law & Pol'y Int'l Bus.,1993, págs 25-165.

En resumidas cuentas, para entender la dinámica del Comercio internacional y el impacto de éste sobre los Derechos humanos es necesario reconocer que vivimos en un mundo donde las áreas de mercado son cada vez más expansivas y las plataformas comerciales marcan una tendencia hacia la globalización económica.[17]

El trabajo de la nueva era deberá tener como presupuesto la necesidad de acceder al conocimiento riguroso y actualizado de la temática comercial internacional y de las nuevas plataformas tecnológicas.

[17] Jerez Riesco, José Luis. Comercio Internacional. España. Edit. ESIC, 2007.

Capítulo 2: Derecho del Consumidor

2.1. Acerca del Derecho del Consumo

El Derecho del Consumo es una disciplina mixta que tiene como objeto a la relación de consumo que, se da entre un proveedor profesional y un consumidor, en una situación de asimetría informativa; pero que incluye normas de Derecho Público (constitucional y administrativo) y de Derecho Privado (civil y mercantil), sin cuya interpretación conjunta no puede ser comprendido.

Al margen de una posible consagración constitucional del principio de protección de los consumidores y usuarios, el desarrollo legislativo suele contenerse en una o varias leyes especiales. Éstas se ocupan de requisitos de los productos y servicios que existen en el mercado en lo relativo a publicidad, seguridad y salubridad; contratos donde intervengan los consumidores; condiciones generales de la contratación y prohibición de cláusulas abusivas; asociaciones de consumidores y posibilidad de actuación de las mismas, así como en la elaboración de reglas generales que afecten a su intereses; responsabilidad por daños causados por productos defectuosos, responsabilidad que puede corresponder al fabricante del producto y también, en determinados supuestos, a quienes intervienen en la cadena que conduce dicho artículo al consumidor.

¿Pero cuándo nace el principio de protección de los consumidores?

Tras estallar la gran depresión en los Estados Unidos, se dieron las primeras manifestaciones por parte de los consumidores quienes se manifestaron en contra de la especulación y en contra de la demanda en el control de precios.[18] Quizás y si lo observamos de manera positiva, esa terrible crisis fue una gran oportunidad para despertar.

Transcurrida la primera mitad del siglo XX se empezaron a organizar diferentes movimientos de consumidores que demandaban una mejor protección y derechos.

En la segunda mitad del siglo XX, estos derechos comenzaron a ser reconocidos.

Actualmente podemos encontrar una serie de normas jurídicas, tanto en el ámbito nacional como internacional y que nacieron con la intención de defender a los consumidores (lo analizaremos en el cuarto capítulo).

[18] Rothbard, Murray. La gran Depresión. Madrid. Edit. Unión, 2013.

En 1973, se elaboró la Carta Europea de Protección de los Consumidores, documento que es considerado como el primero que reconoció el derecho que tenían los consumidores para poder organizarse en asociaciones, ser representados, y recibir debida protección.

Se ha transitado un largo camino y muchas veces sentimos que se suman leyes y se pierden Derechos. Es por ello, que el reto del Estado es hacer que, las normas sustantivas civiles actualizadas, actúen en beneficio de "El Consumidor" y luego de los mercados- no viceversa-.

El avance de la ciencia y la tecnología amerita que el gobierno responda acorde a ello y en pos del bienestar de sus gobernados.

La actual ferocidad e individualismo gesta un tipo de consumidor que pierde de vista el valor que tiene el SER sobre el TENER y los logros conseguidos se esfuman.

2.2. Sujeto protegido, consumidor

Un nuevo paradigma es el que define el nivel de protección otorgado al sujeto por las normas, sentencias y demás herramientas jurídicas.

En la actualidad los estándares jurídicos vigentes son replanteados de manera imperiosa porque están sujetos a una visión acorde a los tiempos y convoca a tener una mirada y un nuevo posicionamiento frente a ese sujeto y a la realidad.

Se presenta una realidad difusa y evidencia una fisura focalizada y conceptualizada por el campo de los derechos humanos.

La vulnerabilidad es el foco de atención del trabajo de aquellos que albergan la esperanza de una necesaria equidad frente a una sociedad que se presenta con mayor desigualdad.

El avance del capitalismo feroz que, acelera en la pista construida por una sociedad de consumo, parece no dar respuestas a los daños causados por las leyes propias del sujeto y la política económica globalizada.

Los sujetos protegidos – consumidores/ usuarios- van poco a poco despreciando su rol de ciudadanos y lo que ello implica.

Hoy la concepción de consumidor es mucho más abarcativa que las de trabajador o de ciudadano. Ésta se construye en base a la noción de un consumidor protegido, pero además informado, activo, participante de los procesos e instituciones de decisión acerca de su problemática, dotado, además, de los Derechos del Consumidor como Derechos Humanos con acceso irrestricto a la justicia. Crear derecho partiendo de la base de esta desigualdad,[19] implica, como cita López Alfonsín, "*una cierta ruptura del clásico principio de igualdad ante la ley del art. 16 de la Constitución Nacional y lo acerca al más novedoso criterio de igualdad de oportunidades introducido por el constituyente de 1994*."[20]

Veremos, una vez más, que el Estado cumple un rol importante de protección.

Nuestro Código Civil y Comercial define al consumidor en el art. 1092 y reza:

"Se considera consumidor a la persona humana o jurídica que adquiere o utiliza, en forma gratuita u onerosa, bienes y servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familia r o social...".[21]

La comunidad jurídica y económica acuerdan que el discurso del ex presidente de los Estados Unidos, John F. Kennedy, realizado en el año 1962 fue de trascendencia. En dicho discurso, resaltó el rol de los consumidores en el desarrollo económico de un país. Además, sentenció cómo éstos han sido afectados por la mayoría de las decisiones económicas, públicas y privadas. Agregó que era menester la actuación del Estado a fin de proteger ese interés común debido a que todos somos consumidores.

Los pormenores del mandato y los detalles del asesinato de Kennedy parecería tener una relación directa con su visión del Estado y su observación crítica acerca de los mercados.[22] Pronto, muchos verían que el líder ofrecía una especie de antídoto contra la manipulación del mercado. La reacción idílica de la población era muy peligrosa para el Poder Real.

Es un hecho que las grandes corporaciones no se sintieron cómodas con su discurso pro ciudadano y pronto le pasarían una factura de alto costo político y de vida. Pero esa es otra historia.

---

[19] Reich, Norberto, Mercado y Derecho, Barcelona, Edit. Ariel,2015, pág. 169
[20] López Alfonsín, Marcelo, Protección Constitucional de Consumidores y Usuarios, Buenos Aires, Edit. Estudio,2018. pág. 24.
[21] CCYC. Buenos Aires. Ed. Infojus, 1era.Edición, 2014.
[22] Kaspi André. Kennedy John F. Buenos Aires. Edit. La Nación, 2007.

El rol del Estado debe estar direccionado por acciones de políticas públicas.

El rol de observador del mercado que, asume el Estado, le hace necesariamente crear un marco constitucional útil para establecer las condiciones adecuadas para que el consumidor decida, por sí mismo, - en una suerte de libertad que esclaviza. De esta manera, y considerando el sistema normativo especializado en protección al consumidor y las normas relacionadas a él, la presencia del consumidor toma relevancia al volverse un sujeto económico. Por ello, se considera la figura del "Ciudadano Consumidor", ya que, el consumo es prácticamente una etapa inherente a la vida del ciudadano.

La noción abstracta del consumidor toma como premisa la afirmación de que todos los ciudadanos son consumidores y, por lo tanto, son merecedores de derechos en su actividad diaria. El Derecho intenta asumir el compromiso, por medio de las leyes de protección; pero existen muchos intereses que las ignoran y pisotean.

Los consumidores están interesados en una mejor calidad, menores precios y una amplia posibilidad de elegir. Pero se hallan fundamentalmente comprometidos con la igualdad, el desarrollo y los Derechos Humanos. En este sentido, la perspectiva que busca la eficiencia económica no se encuentra en contraposición a la protección de los Derechos fundamentales del Consumidor, por lo contrario, son necesarios aliados.

El Comportamiento del consumidor no solo implica el hecho de comprar cosas, sino también, abarca el estudio de como el hecho de tener o el de no tener cosas materiales afecta nuestras vidas, y como nuestras posesiones influyen en los sentimientos que tenemos hacia nosotros mismos y hacia los demás.[23]

La competencia y el apetito del mercado no pueden ignorar los derechos adquiridos y la importancia de protegen, independiente de las leyes, a sus clientes o potenciales clientes que son los ciudadanos del mundo. El consumidor devorado, no tiene posibilidades de seguir consumiendo.

2.2.1. El consumidor ciudadano

El desarrollo de internet ha facilitado de manera vertiginosa la comunicación inmediata y el intercambio de información pública y privada. Al mismo tiempo, sin embargo, ha dado origen a nuevos problemas éticos y legales.

Gigantes como Google y Facebook almacenan terabytes de datos de sus usuarios, y disponen de ellos en formas poco transparentes. Y agentes individuales y

[23] Solomon Michael R., Comportamiento Del Consumidor. Buenos aires. Edit. Pearson, 2017.

colectivos, abiertos y secretos, difunden noticias falsas por descuido o, peor, con dolo, volviendo turbia la diferencia entre la verdad y la mentira.

Ulrich Richter Morales, abogado y escritor, entabla una reflexión sobre las nuevas formas en las que se vulnera nuestro derecho ciudadano a la información y el autor lo sabe de primera mano porque en un caso histórico, logró sostener una demanda contra Google en los tribunales mexicano. En su obra, el ciudadano digital, nos anticipa que estamos viviendo el comienzo de un problema que cobrará dimensiones inesperadas, cuyas implicaciones legales, éticas y sociales apenas estamos empezando a conocer.[24]

Thomas Hobbes, por su parte, despliega sus argumentos en medio de una disputa por la conquista del sentido de términos como `pueblo`, `persona` y `libertad` contra el sentido común republicano de la política.[25]

El autor expone a lo largo de su obra aquellas categorías de la reflexión política que marcarían parte de la historia en la construcción del concepto de ciudadano y que actualmente siguen en controversia.

Son muchos los autores que han señalado que el actual consumidor ha terminado por eliminar al ciudadano.

El consumismo se ha tragado al criticismo democrático. Ésto nada tiene que ver con que haya aumentado la población de ciudadanos críticos.

Muchas veces el escaso control ciudadano sobre sus consumos, alienta el despertar de los monstruos del mercado.

Existen numerosos casos de estafas al público que salen a la luz y las denuncias, muchas veces, recaen sobre firmas notorias. Una muestra de que los medios de comunicación que difunden, de manera irresponsable, son participes necesarios del delito. Esta virtual pasividad favorece la impunidad de los estafadores.

Lo peor de la situación es que no se trata de un caso esporádico de estafa porque la publicidad engañosa o inductiva es un flagelo cotidiano en casi todos los rubros, incluyendo muchas garantías o servicios post-venta.

Nuevamente aparece la necesidad de un Estado presente porque la protección pública debe prevalecer sobre las actuales formas de producción y comercialización

[24] Richter Morales, Ulrich. El Ciudadano Digital. México. Edit. Océano, 2018.
[25] Hobbes, Thomas. El orden y la libertad. Colombia. Edit. ECOE, 2018.

privadas, capaces hoy de legitimar una proyección masiva eventualmente dañosa. El país necesita que funcionen eficazmente los controles estatales del sistema público.

2.3. El proveedor

El derecho comercial nació para tutelar al comerciante, otorgándole seguridad jurídica en sus relaciones comerciales, en las que se incluía al cliente. Hoy, aquel cliente que destina la utilización de las cosas o servicios con fines privados es el consumidor y su protección se amplió con el propósito de dejar atrás las desigualdades.

La figura del proveedor define a todas aquellas personas naturales o jurídicas, de carácter público o privado (empresas del Estado y particulares) que habitualmente desarrollan actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes y/o de prestación de servicios.

El Dr. Ricardo Lorenzetti, lo define como: *"...toda persona física o jurídica, pública o privada que, en forma profesional, aún ocasionalmente, se ocupa de la producción, montaje, creación, construcción, importación, exportación, distribución o comercialización de bienes y/o servicios, quedando excluida de esta noción quienes lo presten en relación de dependencia..."*[26]

Las obligaciones de los proveedores son la transparencia y el equilibrio en las relaciones de éstos con los consumidores. De tal manera, los derechos de unos interactúan con las correspondientes obligaciones de los otros.

La jurisprudencia marca el camino cuando dice que el derecho de información que el art. 42 de la CN reconoce al consumidor, halla su correlato en el "deber gratuito de información", impuesto a los proveedores de bienes y servicios por la ley de Defensa del Consumidor. [27]

Los proveedores gozan del derecho básico de producir, fabricar, importar, construir, distribuir y comercializar toda clase de bienes y de prestar todo tipo de servicios, siempre que lo hagan respetando las normas que regulan la actividad correspondiente. Tienen, además, el derecho de cobrar por esos servicios el precio o la tarifa que les parezca más conveniente y adecuado.

[26] Texto sugerido en las XIV Jornadas Nacionales de Derecho Civil –Argentina- Tucumán, 1993, en "La relación de consumo". Ricardo Lorenzetti, LL. del 3/12/96.

[27] "Diners Club Arg. S.A.C. y de T. c/ Sec. de Comercio e Inversiones – Disp. DNCI 165/97." Causa: 10.361/97. C. NAC. CONT. ADM. FED., SALA II, Garzón de Conte Grand, Herrera, 4/11/97.

Recordemos que la ley les reconoce, a todos los consumidores, los derechos a la libre elección del bien o servicio; a recibir información veraz (adecuada y oportuna sobre los bienes y servicios disponibles en el mercado); a no ser discriminados arbitrariamente; a la seguridad e inocuidad de los bienes y servicios, a la protección de la salud y el medio ambiente; a no ser objeto de trato abusivo en las relaciones de consumo; al resarcimiento de los daños y perjuicios que sufran con motivo del acto de consumo y a recibir educación para consumir con mayor provecho.

De todos estos derechos, excepto el de educación, se derivan obligaciones para los proveedores, que la ley especifica.

2.4. El consumidor y el proveedor del Siglo XXI

El perfil del consumidor actual es muy diferente a la idea tradicional de un consumidor pasivo, que se limitaba a consumir aquello que le ofrecía el mercado, sin que se le concediera demasiado protagonismo. Por lo contrario, el nuevo consumidor es activo gracias a la información que obtiene de las redes y las nuevas plataformas de venta online.

Las nuevas tecnologías han hecho del consumidor un agente activo y genera un proveedor más atento al nivel de servicio. En una economía globalizada como la actual, uno de los retos más relevantes en materia de derechos humanos es qué tipo de regulación deben tener las empresas.

La influencia y presión que ejerce el consumidor tecnológico escapa a la vieja lógica y el proveedor queda expuesto ante las opiniones de sus clientes que, generan una proyección geométrica positiva o negativa, dependiendo del producto y/o el servicio.

Se habla con mayor frecuencia de “los clientes responsables y selectivos”, cada que, con su poder de compra, presionan a las empresas para que se comprometan en el respeto al medio ambiente y defiendan valores como la ética comercial y la dignidad humana.

Los especialistas en marketing ponen a sus clientes y potenciales clientes bajo el microscopio para descubrir el motivo de sus elecciones y no perder la posibilidad de proveerlos.

Con los nuevos cambios surgen nuevos términos, como el de prosumidor, la unión de los términos "productor" y "consumidor", derivado del anglicismo prosumer

define este nuevo tipo de consumidor que no se explica sin tener en cuenta los cambios económicos, culturales y tecnológicos de la revolucionaria - [28]

Muta el perfil y los hábitos del consumidor y con ellos, los términos que lo definen.

En base a estos nuevos criterios, Kantar Worldpanel ha identificado ocho tipos de consumidores que definen el modelo actual de sociedad:[29]

- Los e-Consumers: Son usuarios de Internet, tanto laboral como doméstico, y se declaran partidarios de la red como canal de compra. Son un 12,8% de la población y realizan el 14,1% del gasto en Gran Consumo.

- Los Do it for me o pobres en tiempo: suelen ser hogares muy numerosos, con ama de casa trabajadora que antepone servicio y valores adicionales al precio, sobre todo si les facilita su día a día. Son el 9,9% de la población y realizan el 9,7% del gasto en Gran Consumo.

- Los oportunistas o bargain hunters: hogares numerosos y trabajadores, que sin embargo buscan promociones y comparan precios pese a tener poco tiempo. Son un 9,4% de la población y realizan el 10,7% del gasto en Gran Consumo.

- Los Loyalty card fans: son asiduos a las tarjetas de fidelización y son hogares numerosos de hasta cuatro personas y de clases medias. Son un 10,2% de la población y realizan el 11% del gasto en Gran Consumo.

- Los Under Family Pressure: se diferencian del resto de hogares numerosos en que viven más condicionados por la presión del trabajo y sobretodo de la familia. Son un 10,7% de la población y realizan el 11,8% del gasto en Gran Consumo.

- Los eco-trendies: son hogares jóvenes, pequeños y residen en grandes áreas metropolitanas. Son los más innovadores en gustos y estilos de vida, no sólo en el consumo de productos bio o del comercio justo, sino también en comodidades y viajes, y también son poco intensivos en gasto en Gran Consumo. Son un 11,9% de la población y realizan el 10,9% del gasto en Gran Consumo.

- Los green seniors: engloban a los hogares mayores de 50 años, principalmente retirados, pero con una vida activa: se cuidan, hacen deporte…. Además, se preocupan

[28] McLuhan, Marshall. La aldea Global. Buenos Aires. Edit. Gedisa, 2015.

[29] Publicación digital. Marketingdirecto.com. 15 de julio de 2010

por el medio ambiente, reciclan… y gastan en alimentación un 20% más que la media. Son un 23,5% de la población y realizan el 19% del gasto en Gran Consumo.

- Los hematíes: son hogares de clase media y sin hijos pequeños, preocupados por seguir hábitos saludables para toda la familia y más intensivos en el consumo de productos frescos. Son un 11,6% de la población y realizan el 12,8% del gasto en "Gran Consumo".

Muchos son los factores que distinguen las necesidades y las expectativas del consumidor; pero la conciencia social parece ser que más incide en el comportamiento del consumidor actual.[30] También se considera más experto y utiliza los canales de comunicación con las marcas de una manera más activa, en detrimento de la publicidad tradicional a la que muestra menos interés y credibilidad que hace unos años.

Un tercio de las amas de casa declara comprar productos de comercio justo, seis de cada diez participan en promociones solidarias y un 84% dice utilizar contenedores de reciclaje.

Esa búsqueda de un mundo más equitativo parece ser el ADN de los seres humanos y la historia, así, lo demuestra. A fines de la década del 50 aparecieron las tiendas del mundo o tiendas solidarias que vendían productos sin intermediarios, provenientes de las naciones en vías de desarrollo. Estos negocios, que forman hoy una cadena que comercializa su oferta en forma local y virtual, dieron vida al movimiento Comercio Justo.[31]Un comercio que contiene a un mundo empresarial y a los mercados , complejos ecosistemas, que transitan una continua y frenética búsqueda.

Las empresas pasan, en gran medida, a depender de proveedores externos para obtener bienes y servicios que posteriormente brindan a sus clientes. La gestión de proveedores se establece como una de las tareas que más han evolucionado en los departamentos de compras, siendo un factor clave para la optimización de un negocio. Dependen de la actividad económica y los factores de la producción; capital y trabajo.[32]

En la actualidad son muchas las empresas, particularmente aquellas con cadenas de suministro complejas, que tratan de establecer y mantener relaciones de trabajo sólidas con los proveedores, a fin de optimizar los niveles de producción y las ganancias. Pero

[30] Cisneros Andres. Neuromarketing Y Neuroeconomia.México.Ed. ECOE, 2019.
[31] Gendron, Corinne y otros. El Comercio Justo. Buenos Aires, Edit. Marea, 2017.
[32] Arias, Ricardo. Derecho corporativo empresarial. México. Grupo Editorial Patria, 2017.

sabemos que en una economía globalizada como la actual, uno de los retos más relevantes es en materia de derechos humanos y qué tipo de regulación deben tener las empresas.[33]

2.5. El consumo es un Derecho Humano

Este derecho de los pueblos, o de tercera generación, dentro de la clasificación de los Derechos Humanos, surgió por la desprotección en que se hallaban los consumidores ante los avances del comercio y ciertas prácticas que lo ponían en una situación de inferioridad frente a las grandes empresas.

La necesidad de protección frente al avance tecnológico ha generado, entre otros, los contratos de adhesión; redactados unilateralmente por las empresas. Ello implica que con la sola firma o el consentimiento de la compra /uso es suficiente. La falta de elaboración e información de las cláusulas del contrato, muchas veces engañosas, exponen a los consumidores/ usuarios a muchos riesgos.

La inteligente población de consumo de la que hablamos pasan a ser posibles víctimas de las empresas proveedoras a las que, sólo les interesa la ganancia, y no la satisfacción del usuario. Por lo tanto, necesitan con premura la protección legal.

Es de suma importancia saber que podemos acudir a la normativa vigente y que las prelaciones de las leyes están para ser respetadas y su peso jurídico es de suma relevancia. Así podemos acudir al artículo 42 de la Constitución de la Nación argentina, incorporado tras la reforma de 1994, que protege a los consumidores y a los usuarios de bienes y servicios, en la relación de consumo, en cuanto a su salud, a su seguridad y a sus intereses económicos, debiéndoseles dar una información adecuada y cierta, libre elección, y trato digno y equitativo.

En Argentina los principales Derechos de los Consumidores están establecidos en la C.N., como son: el Derecho a la salud, a la seguridad, el Derecho a una Información Veraz, a la Educación del consumidor, al trato digno, a que la oferta y la publicidad sean cumplidas adecuadamente, a la protección de los intereses económicos del consumidor...

Es de mucha importancia que los consumidores conozcamos nuestros derechos en el momento de realizar una compra, para evitar el engaño por parte de los empresarios que en algunas ocasiones desconocen la ley. Es importante saber cuáles son nuestros derechos para usarlos en caso de tener que reclamar y para evitar que se propaguen

[33] Rodríguez Garavito, César. Empresas y derechos humanos en el siglo XXI. España.Edit. Siglo XXI. 2018.

conductas que podrían ser abusivas por parte de quienes nos proveen los bienes y servicios.

2.6. El consumo en un mundo globalizado

Mientras en pocos segundos, miles de operaciones especulativas recorren los centros financieros del planeta gracias a internet, miles de personas mueren de hambre, sumidos en una inaceptable miseria. Más de la mitad de los habitantes del planeta, tienen que vivir con menos de 150 pesos diarios. El estrecho vínculo de este tema con los diferentes enfoques culturales, de crecimiento económico mundial, oportunidades de desarrollo, la pérdida de diversidad regional, el agotamiento ecológico y la creciente brecha entre ricos y pobres, hace de la globalización un asunto extremadamente serio.

Los pobres de este mundo que pertenecen a la Era de la Revolución Electrónica agonizan y perecen, mientras reciben el bombardeo de la publicidad de los ricos del Poder Financiero y Empresarial. Les ofrecen productos que jamás alcanzarán a adquirir y les hacen creer que son culpables de ser pobres.

La globalización es un camino que nos conduce a un mundo de sistemas, cuyas redes de conectividad se manejan con nuevas reglas de mayor complejidad que las antes establecidas. Es por ello, que los nuevos desafíos y oportunidades podrían ser explorados y potenciados, de no caer en la ingenuidad que nos hace pensar que el mundo está a nuestros pies.

Como nunca antes en la historia de la humanidad, las redes globales han sido tan usadas como lo son hoy. Cada año, más de mil millones de personas viajan como turistas a otros estados. Los bienes y servicios se intercambian, la energía se transporta a todo el mundo y las críticas a la globalización se han globalizado. Estos procesos son facilitados por los desarrollos técnicos y los lenguajes compartidos en una simbología que se unifica.

El consumo imparable tiene sus costes. Por un lado, una pequeña porción de la humanidad, cuya vida gira alrededor del consumismo, se encuentra con una existencia vacía, que se llena de a ratos cuando se consume.

Parte importante de la población asalariada trabaja para consumir.

La presión psicológica que ejercen los medios masivos de comunicación y las redes sociales, producen una alienación que termina en una gran frustración. Ésto se traduce a las patologías psicológicas que terminan en el consumo de antidepresivos en un

porcentaje jamás visto. ¿Acaso, es una casualidad que crezca el número de casos con enfermedades de este tipo o ésto es parte del círculo virtuoso del consumo?

En Estados Unidos, se consume la mitad de los sedantes, ansiolíticos y demás drogas químicas legales que se venden en el mundo. Parece que nada es casualidad y el millonario negocio farmacéutico no conoce de ética, ni de moral.

El resto del mundo sigue los pasos de Estados Unidos, el maestro del consumo.

Es sabido que el consumismo no afecta únicamente a la escala de valores o a la salud mental de la humanidad, también afecta la salud física.

Las grandes compañías han acumulado fortunas a base de convertir en adictos a millones de personas, adictos a la comida, a las bebidas, a las compras, al tabaco, al juego, etc. Y por supuesto que las compañías del servicio de salud privados festejan el estrago que producen las anteriores porque gracias a ellas, sus arcas crecen sin límite.

Surge un universo paralelo, donde la escandalosa acumulación de riqueza en manos de unos pocos y el desconcertante empobrecimiento de las mayorías hace que el insaciable capitalismo cobre dimensiones de gran trascendencia. La dimensión de una exacerbada política financiera hace de los mercados, los dueños del destino de la humanidad y los Derechos Humanos del Consumidor duermen en el país de la utopía, el país de los justos.

Capítulo 3: El medio ambiente. Consumo y Derechos Humanos

3.1. Derecho a un medio ambiente sano

El derecho a gozar de un ambiente sano surge en 1948 con la Declaración Universal de los Derechos Humanos. La Declaración tuvo como finalidad sugerir a los países del mundo que adoptaran estos derechos en sus respectivas constituciones, con el propósito de consolidar a la persona humana como el fin supremo de las naciones. Se perfeccionó cuando fue reconocido por el Derecho Internacional a partir del año 1972.[34]

La Declaración de Lisboa de 1988 emitida dentro del marco de la "Conferencia Internacional sobre garantías del Derecho Humano al Ambiente", exhortó a reconocer el derecho que tiene una persona a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado. De manera simultánea le sugirió a los Estados crear mecanismos jurídicos que hagan posible que los individuos puedan ejercer y exigir sin impedimentos, el Derecho a habitar en un medio ambiente saludable.

La Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo elaboró un conjunto de principios jurídicos para la protección del medio ambiente y el desarrollo sustentable y duradero, considerándolo un Derecho Humano Fundamental. *"Todos los seres humanos tienen el derecho fundamental a un medio ambiente adecuado para su salud y su bienestar".*[35]

El Protocolo Facultativo del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos", "La Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre ", "La Declaración Americana sobre Derechos Humanos", conocida como el "Pacto de San José de Costa Rica " promueven el respete al derecho que tiene toda persona de vivir en un medio ambiente sano.

El sistema Interamericano lo incorporó en el Protocolo Adicional a la Convención Americana sobre Derechos Humanos en materia de Derechos Económicos, Sociales y Culturales —conocido como Protocolo de San Salvador—, como el derecho que posee toda persona a vivir en un medio ambiente sano y a contar con servicios públicos básicos y determina que los Estados deben promover la protección, preservación y mejoramiento del medio ambiente.[36]

---

[34] Principio 1 aprobado por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano celebrada en Estocolmo del 5 al 16 de junio de 1972.

[35]

[36] Cf. art. 11, Protocolo de San Salvador, aprobado por la ley n° 24.658.

En el caso argentino, la reforma constitucional del año 1994 lo incorporó en el capítulo "Nuevos derechos y garantías" como un derecho fundamental de todos los habitantes a "gozar de un ambiente sano, equilibrado, apto para el desarrollo humano y para que las actividades productivas satisfagan las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras"[37]. Para la Corte Suprema de Justicia de la Nación, tal reconocimiento constituye una "precisa y positiva decisión del constituyente (…) de enumerar y jerarquizar con rango supremo a un derecho preexistente"[38].

Para que finalmente se pueda lograr la pretendida aplicación de las diversas normativas es necesario tener conciencia y asumir la responsabilidad del cuidado del medio ambiente que supone la apuesta por el desarrollo sostenible, lo que implica satisfacer las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades.

El desarrollo sustentable o sostenido se basa en los siguientes pilares:

- **Económico**. Es necesario lograr que el uso de los recursos sea eficiente y que exista un crecimiento económico que no los agote.
- **Tecnológico**. El desarrollo de la tecnología debe apoyar la protección del medio ambiente para cuidar los recursos limitados como es el caso del agua.
- **Ecológico**. Es necesario garantizar el acceso a los recursos naturales y asegurar que las generaciones futuras también lo tengan, así como garantizar la biodiversidad.
- **Educativo**: La educación siempre cumple un papel fundamental y es necesario implementar los medios para acercar la información de manera clara y efectiva. El conocimiento es Poder y el Poder se convierte en conciencia social.

---

[37] Art. 41, Constitución Nacional: "Todos los habitantes gozan del derecho a un ambiente sano, equilibrado, apto para el desarrollo humano y para que las actividades productivas satisfagan las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras; y tienen el deber de preservarlo. El daño ambiental generará prioritariamente la obligación de recomponer, según lo establezca la ley. Las autoridades proveerán a la protección de este derecho, a la utilización racional de los recursos naturales, a la preservación del patrimonio natural y cultural y de la diversidad biológica, y a la información y educación ambientales. Corresponde a la Nación dictar las normas que contengan los presupuestos mínimos de protección, y a las provincias, las necesarias para complementarlas, sin que aquéllas alteren las jurisdicciones locales. Se prohíbe el ingreso al territorio nacional de residuos actual o potencialmente peligrosos, y de los radiactivos".

[38] CSJN, "Mendoza, Beatriz Silvia y otros c/ Estado Nacional y otros s/ daños y perjuicios (daños derivados de la contaminación ambiental del Río Matanza - Riachuelo)", Fallos 329:3316, sentencia del 20 de junio de 2006, considerando 7.

3.2. Impacto de las actividades empresariales de las multinacionales

La acelerada explotación de los recursos naturales que se requiere para sostener el modelo de producción y consumo actual ha generado una crisis ecológica sin precedentes.

La gran demanda de materiales escasos y energía crece de manera desmesurada y no alcanza con lenta concientización que viaja a otra velocidad y con un pesado equipaje. Lejos de poder afrontar los graves problemas ambientales, la sociedad se hunde en un barco de apariencia lujosa.

Las empresas transnacionales que venden al consumo como una expresión de éxito, engañan a la población mientras explotan los minerales, los hidrocarburos, el agua, la tierra, etc. Son las principales beneficiadas, sus emprendimientos gozan de una extraordinaria rentabilidad.

América Latina ha sido una de las regiones donde el crecimiento de proyectos extractivos ha cobrado mayor protagonismo en los últimos años y qué mejor constatarlo que enunciando algunos hechos de la realidad. A saber:

La contaminación del aire, el agua y la tierra en manos de Repsol incrementó, en Ecuador, muchas enfermedades por la contaminación petrolera. Fueron afectados el pueblo huaorani en el Parque Nacional Yasuní.

La pérdida de biodiversidad Iberdrola en Brasil por la participación en el consorcio empresarial que construye la macro presa de Belo Monte en el río Xingú, en plena selva amazónica.

La destrucción del territorio y desplazamiento de la población en manos de la empresa Endesa en Colombia bajo la monopolización de la construcción de la central hidroeléctrica de El Quimbo en el alto Magdalena.[39]

El carácter destructivo violatorio de la lógica del dinero ha sido respondido por las todas las poblaciones campesinas e indígenas afectadas, así como por las diferentes organizaciones ambientalistas y de Derechos Humanos. Su lucha ha intentado evitar la destrucción de los ecosistemas y frenar la aniquilación.[40]

[39] Campanini, J. y otros. Empresas transnacionales e impactos en América Latina. Edit. Omal, 2014, pág.10.
[40] Martínez Díaz, Nelson. Revista Multinacionales En Latinoamérica. Cuadernos Historia 16 – 107.

Las consecuencias del actual tipo de extracciones, especialmente en lo que concierne al agua y la biodiversidad, ha sido el eje de preocupación que ha guiado las investigaciones realizadas por los especialistas.

Otra situación a observar es la llegada de las multinacionales a regiones empobrecidas de la periferia está sujeta al empleo de mujeres en condiciones socio laborales tremendamente precarias. Se perpetúa de esta manera las diferencias salariales, la división sexual del trabajo y la invisibilización de las tareas de cuidado y reproducción social.[41]

3.3. El consumo y el medio ambiente

Todos sabemos de la existencia de las múltiples interrelaciones entre el consumo humano y el medio ambiente.

Instalar el deseo como una imperiosa necesidad es el método utilizado para la apropiación de algo que se encuentra en el medio, listo para ser modificado.[42] La norma de este consumo sufre de lagunas y nosotros padecemos sus falencias. En cambio, cuando el acto de consumir tiene lugar en comunidades organizadas socialmente, tal hecho aparece regulado por normas distintas a las naturales.

Estamos lejos de las motivaciones de las antiguas comunidades humanas, desde el mismo momento en que dejaron de ser cazadoras y recolectoras para convertirse en productoras y almacenadoras de bienes. Comienzan a subordinar el medio a sus necesidades y, a explotarlo conforme a sus crecientes insumos. El medio natural deja de ser simplemente el entorno donde se desenvuelve la vida y pasa a convertirse en el soporte económico y la principal fuente de recursos.

Nada tiene que ver la época antigua con la era de la tecnología en la que no existían las computadoras y las familias se entretenían con la naturaleza, no la destruían.

En la actualidad se consume, se descarta y se vuelve a consumir, y todo ello, contribuye a la contaminación y al desvanecimiento del "Derecho Humano" de vivir en un ambiente sano.

El Derecho de Consumo se enfrenta a un problema de ineficiencia.[43]

[41] González, E y P. Ramiro. Multinacionales, impactos y desigualdades de género, Ed. Pueblos, Nº 55, 2013 pág. 10.
[42] Lindstrom Martin - Así Se Manipula Al Consumidor. España. Edit. Gestión 2000 S. A., 2011.
[43] Hualde Manso, Teresa. Del consumidor informado al consumidor real...Madrid. Edit., Dykinson, 2016.

3.3.1. El consumo y la energía

A nadie se le escapa la relación existente entre el consumo energético y el medio ambiente. Nadie puede negar que estamos en un momento de cambios radicales. El colapso del capitalismo global y de nuestra civilización es una bomba de tiempo que espera para explotar. Estamos atravesados por otras formas de habitar, concebir y valorar: el planeta, las economías, los sistemas políticos, los tipos de trabajos, la demografía, las luchas sociales, las tecnologías... Los sistemas de valores, la manera de relacionarnos con el entorno y el papel que ha tenido la cantidad y cualidad de la energía disponible en su evolución nos habla de una falta de conciencia individual y social.[44] Una falta de conciencia que se traduce al desequilibrio que, implica el rendimiento energético y la demanda energética, en relación con el grado de desarrollo y la capacidad industrial de los países son una alerta roja que debe ser atendida.

Hoy nos encontramos en un momento muy singular, la humanidad parece colapsar en su conjunto. Explotamos una región y pasamos a otra como si no tuviera fin. La guerra contra la vida tiene su origen en la dificultad que tenemos de reconocernos como una especie más que ocupa este planeta y que interactúa con la naturaleza.

Los Derechos Humanos proclamados deben ser asumidos con compromiso. Vivimos en un mundo fragmentado en numerosos espacios regionales.[45] La sociedad occidental ha sido prácticamente la única del planeta que ha establecido una ruptura, un verdadero abismo, entre los seres humanos y la naturaleza.

La producción y el uso de la energía suponen la principal causa, junto con el trasporte, de las emisiones de gases de efecto invernadero, gases responsables del cambio climático. El modelo de generación, transporte y consumo actual, absolutamente dependiente de los combustibles fósiles, es insostenible como consecuencia del cambio climático que supone.

En la actualidad, el incremento de la demanda y consumo de energía y las dificultades que existen para satisfacerlas con las fuentes de energía disponibles, están prefigurando un escenario de crisis energética global. Además, la insuficiencia de recursos de la mayoría de los países, conlleva una gran dependencia energética y una gran vulnerabilidad. La actual crisis económica forzará a plantear una reflexión sobre la matriz

[44] Fernández Durán, Ramón Y González Reyes Luis. En La Espiral De La Energía. España. Edit. Ecologistas en Acción, 2018.
[45] Azcárate Luxán, Blanca; Azcárate Luxán, Victoria; Sánchez; José. Grandes regiones de la Tierra. Buenos Aires. Edit. UNED, 2019.

energética actual, su sostenibilidad y la necesidad de cambio de modelo para no tener que alterar el confort y la soberanía.

La energía ha sido la eterna clave de los mayores objetivos de la humanidad y de sus sueños de un mundo mejor. El poder social es la estructura que determina el proceso de control sobre la energía. Tal estructura modela las vidas de las personas, condiciona los desarrollos de la cultura, diseña alternativas individuales y de grupo que no coinciden con los sueños y los deseos de la gente. Las potencialidades humanas se subordinan a él y son por él destruidas.[46]

Se ha dicho que el hombre de las cavernas inició su marcha hacia la civilización y progreso cuando utilizó la energía del fuego para obtener calor y luz, para la cocción de su alimento y, por ende, prolongar su supervivencia. Desde entonces, el bienestar material del hombre ha estado en gran parte unido a la utilización de las diversas formas de energía, en el carbón, en el petróleo, en la electricidad.

En tiempos modernos el hombre ha ido desarrollando métodos cada vez más complejos. La conquista de la luna parece que fue posible gracias a la utilización de energía química en los cohetes de Cabo Cañaveral, mañana la exploración de los planetas dependerá del uso de la energía en el núcleo del átomo.[47]

¿De qué Derechos Humanos del Consumidor hablaríamos sin la presencia de la energía en todas sus formas?

Es como el inicio, el desenlace y el final de la historia. La energía cuenta la historia de la humanidad. Sin ella, no podríamos hablar de producción y tecnología. Sin ella, nuestro trabajo no tendría ningún sentido. Es por ello, y sin mayores pretensiones formulamos el tema de "consumo y energía" que invita al debate.

3.3.2. El consumo responsable

Consumo responsable es un concepto defendido por organizaciones ecológicas, sociales y políticas que consideran que los seres humanos harían bien en cambiar sus hábitos de consumo ajustándolos a sus necesidades reales y reconociendo que las nuevas tecnologías pueden generar prácticas socialmente indeseables.[48]

---

[46] Newbold Adams, Richard. Energía Y Estructura. Buenos Aires. Edit. Fondo de Cultura Económica, 1980.
[47] Wilson Michelle. Energía. E.E. U.U., Edit. Time-Life International, 1969.
[48] Schiffman León G - Comportamiento Del Consumidor. España. Edit. Pearson, 2015.

Casi todos los seres vivos habitan una zona de la interface aire-agua-suelo. Los movimientos de la capa de aire afectan de una forma extraordinaria a la vida que transcurra en ella. Implica que debemos cuidarla.

En consecuencia, la importancia que le tenemos que dar a la protección de la atmósfera[49]se debe a que, estamos supeditados a ella para la existencia de vida en el planeta Tierra. Cuestiones tales como: la acción de los vientos que mueven el vapor de agua, favoreciendo el traslado de la misma, de unas regiones a otras en forma de lluvia o la de los vientos dispersando los contaminantes atmosféricos, revelan que urge hacernos responsables de nuestro consumo y de las consecuencias que éstos le ocasionan al planeta. Casi todos los procesos que afectan a los seres vivos y al devenir de la contaminación atmosférica ocurren en la baja atmósfera, por lo que la situación es alarmante.

El término "medio ambiente" goza en la actualidad de una amplia difusión. Los políticos, los medios de comunicación y parte de la sociedad han tomado como bandera, muchas veces, propagandista el cuidado responsable del medio ambiente.

La popularidad y la divulgación de las cuestiones medioambientales ha llegado a todas las esferas de la sociedad en los países industrializados, aunque en honor a la verdad, no siempre en términos correctos o adecuados, hasta tal punto que se corre el peligro de una cierta banalización por un tratamiento abusivo, interesado, parcial o fuera de contexto.[50]

La preocupación real que, ataña la calidad del entorno y una toma de conciencia por la degradación del medio ambiente, responde a la amenaza que provoca el descuido del ser humano y su gen autodestructivo.

Surge el interés de utilizar nuestro poder como consumidores para intervenir en la sociedad. Surge una inquietud por buscar los cauces para un consumo responsable, solidario y continuo. Ello, asumiendo la importancia de códigos culturales como el amor, la belleza, la gordura, la salud, el hogar, el trabajo, el alcohol, el lujo, etc.[51]

Para vivir, es necesario consumir. La publicidad nos intenta convencer de que, cuanto más consumamos, más felices seremos. Lo que no refleja son las repercusiones sociales y medioambientales que tiene la producción de esos bienes y servicios que se nos

[49] Barry, Roger y Chorley, Richard. Atmósfera, tiempo y clima. España. Edit. Omega, 1999.
[50] López Bonillo Diego. El Medio Ambiente. Madrid. Edit. Cátedra, 2001.
[51] Rapaille, Clotaire. El código cultural. Argentina. Edit. Grupo Editorial Norma,2018, Pág. 29.

incita a comprar. Es importante pensar acerca de cuáles son las cosas que realmente necesitamos para efectuar un consumo responsable y no caer en el consumismo.[52]

El modelo económico actual se basa en la obtención del máximo beneficio económico a corto plazo, el ahora. En él, las personas y los recursos naturales quedan reducidos a meros factores de producción para ser usados y desechados según convenga, sin reparar en las graves consecuencias que tienen las injustas condiciones de trabajo, la degradación del medio ambiente y la sobreexplotación de los recursos.

El modelo del capitalismo del siglo XXI es insostenible e inaceptable porque los graves problemas ocasionados por este modo de producción y consumo promueven y provocan la explotación laboral y la marginación de grandes grupos de población o la contaminación del medio ambiente.

En resumidas cuentas, se trata de un campo minado de problemas, de una realidad caracterizada por condiciones de deterioro, contaminación, pérdida de la biodiversidad, deforestación, así como por fallas institucionales y en el cumplimiento de las leyes y normas ambientales.[53]

3.3.3. El consumo y los residuos

Hemos mencionado, una y otra vez, que consumo desenfrenado del actual modelo de desarrollo trae consecuencias ambientales. Las estadísticas del escalofriante impacto se vienen dando desde hace tiempo.

El mayor productor de residuos es el ser humano y con el creciente exponencial de la población, crece de la demanda de los recursos naturales.

Muchos de los conflictos actuales, a menudo enmascarados como guerras étnicas o religiosas, como el conflicto israelí-palestino, son de hecho disputas por recursos naturales escasos y necesarios. [54]

El apetito de los consumidores pone en riesgo la vida, los valores y la supervivencia de una humanidad alienada que transforma lo superfluo en necesario y lo necesario en descartable.

---

[52] Colectivo Consuma Responsabilidad. Guía Consumo Responsable Y Solidario. Madrid. Edit. Traficantes del Sueño, 2006.

[53] Lezama, José Luis. Los Grandes Problemas de México. México D.F. Edit. Colmex, 2018.

[54] Shiva Vandana. Las Guerras Del Agua. Barcelona. Edit. Icaria 2003.

Un informe publicado por el Instituto Worldwatch en el 2004, advertía sobre el ritmo insostenible del apetito consumidor y añadía que, de trasladar este modelo a los países en desarrollo, harían falta tres planetas para poder satisfacer las necesidades de consumo humano. "El mundo consume productos y servicios a un ritmo insostenible, con resultados graves para el bienestar de los pueblos y el planeta"[55], destaca el informe.

La medida de lo que consumimos se encuentra dividido en lo que guardamos y en lo que en lo que tiramos. La basura que diariamente producimos contamina sin remedio el planeta. Cada día se generan miles de toneladas de residuos sólidos de todo tipo.[56]

La República Argentina con una superficie de 3.761.274 km2, se divide en 23 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y tiene una población de 40.117.096 habitantes (Censo 2010).

La población, altamente concentrada en el sector urbano (90%), reporta una cobertura de recolección de Residuos Sólidos Urbanos (RSU) del 99,8%, una tasa de disposición final en Rellenos Sanitarios (RS) del 64,7%3 y una tasa de generación de 1,15 kg/hab/día de RSU (BID-AIDIS-OPS).[57] A este ritmo va a ser difícil encontrar espacio para depositar tanto residuo.

En nuestro país, la gestión de los residuos sólido urbanos (RSU) está regulada por la Ley 25.916 de 2004, la cual define estándares mínimos de calidad en la provisión del servicio y provee un marco adecuado para la gestión integral de residuos.

Si bien esta ley es de aplicación obligatoria, las provincias pueden dictar normas complementarias ya que éstas tienen facultades de autoridad y policía para el manejo de los residuos sólidos.

Los municipios, por su parte, son entes autónomos competentes en la materia de gestión de RSU, con potestad impositiva, capacidad de dictar sus propias normas percibir tasas y otras contribuciones, y competencia para organizar los sistemas de recolección y disposición.

Las disposiciones provinciales tienen aplicación en todo el territorio de la provincia, excepto en territorios de jurisdicción federal como son los Parques Nacionales,

---

[55] Informe publicado por el Instituto Worldwatch en el 2004 por: El Mundo.es. https://www.elmundo.es/elmundo/2004/01/09/sociedad/1073607701.html

[56] Ribas, Joan y Sanz Fontria, Ramón. Ingeniería Ambiental. Bs. As. Edit. Alfaomega Grupo Editor,2000.

[57] El sector de residuos sólidos en la Argentina https://www.argentina.gob.ar/ambiente/preservacion-control/gestionresiduos/argentina.

en los cuales la jurisdicción corresponde al Ministerio de Turismo de la Nación (MINTUR).

El mundo busca estrategias para la gestión de residuos. En Argentina existe la "Estrategia Nacional de Gestión Integral de RSU" y sus principios fundamentales son:

- preservación de la salud pública
- preservación ambiental
- disminución de la generación de residuos y su disposición, con la aplicación de mecanismos de minimización y valorización;
- disposición final en forma sostenible.

La estrategia propone la focalización principalmente en:

- la reducción y valorización de los RSU,
- la implementación de la GIRSU,
- la clausura de BCA y
- la preparación e implementación de planes GIRSU provinciales y/o regionales.

Por su parte, durante la Cumbre del G8 en junio de 2004, el primer ministro de Japón, Koizumi Junichiro, presentó la iniciativa de las tres erres que busca construir una sociedad orientada hacia el reciclaje.[58]

En abril de 2005 se llevó a cabo una asamblea de ministros en la que se discutió con Estados Unidos, Alemania, Francia y otros 20 países la manera en que se puede implementar de manera internacional acciones relacionadas a las tres erres: REDUCIR, REUTILIZAR Y RECICLAR.

[58] Informe del Ministerio de Medio Ambiente, Gobierno del Japón.

Capítulo 4: Principios y normas del Derecho del Consumidor

Introducción

El Derecho del Consumidor es una disciplina que estudia la regulación jurídica de las conductas de individuos que se relacionan económicamente en condiciones de desequilibrio sistémico, es decir, que no están en igualdad de condiciones. Esa desigualdad no se da como un fenómeno extraordinario, sino que resulta lo esperable en las prácticas comerciales. Es la respuesta que da el campo jurídico a las transformaciones sociales, políticas, económicas, culturales y tecnológicas que atravesaron y siguen atravesando las sociedades de consumo.

Las normas internas y los Tratados Internacionales procuran dar respuesta a las necesidades de la población. Es así, que la mencionada Ley de Defensa del Consumidor 24.240, sancionada en 1993 y promulgada ese mismo año, con sus sucesivas reformas -cuyo amplio espectro de aplicación resulta de su concepto de consumidor, proveedor y relación de consumo- y cuya misma denominación (Ley de Defensa) la constituye en el avance legislativo más significativo en la materia. Posteriormente, el dictado de normas reglamentarias y reformas: Decreto 2288/93, Ley 24.568 de 1995, 24.787 de 1997 y Ley 24.499 de 1998 fueron abriendo algunas puertas de progreso al tema en cuestión.

La Ley del Consumidor tiene el carácter de legislación común en términos del art. 75 inciso 12 de la Constitución Nacional y abarca el nivel de protección elemental de estos derechos, sobre el cual se puede innovar en su mayor desarrollo en las legislaciones provinciales, nunca otorgando un resguardo en menor grado o extendiendo las restricciones más allá de lo que el presupuesto mínimo establece (art. 65 Ley 24.240, extensible al conjunto de normas integrativas de protección que menciona el art. 3º de la ley, junto a las normativas de Defensa de la Competencia y Lealtad Comercial).

Hoy debemos trabajar sobre reglas y principios (C.N., Ley 24.240 y leyes particulares), armonizando las mismas, a los fines de obtener una respuesta nueva, y no sólo quedarnos con soluciones prediseñadas por el legislador. Debemos prestar especial atención al nuevo Código Civil, hoy CCYC y a sus modificaciones. De igual manera, tener en cuenta la Reforma de la Ley de Defensa del Consumidor, tema principal del último Congreso Argentino de Derecho del Consumidor, al cual asistimos el 6 de noviembre del presente año.

En el MERCOSUR, los derechos del consumidor y el usuario resultan de la Resolución nº 124/96 del Grupo Mercado Común del 13 de diciembre de 1996 sobre Derechos Básicos del Consumidor y de la Declaración Presidencial de Derechos Fundamentales de los Consumidores del MERCOSUR de Florianópolis, del 15 de diciembre de 2000. "*Ambos textos reconocen los derechos a la vida, la salud y la seguridad; a la libertad de acceso al consumo...*" [59]

Las diversas normativas que tienden a la protección de los Derechos Humanos exceden la pauta comercial que fija el mundo del consumo.

Las relaciones de consumo responden a una nueva relación entre los consumidores y usuarios y una nueva óptica del ordenamiento jurídico. Ésto implica ver por una óptica diferente, distinta también al del tradicional Derecho Comercial, el fenómeno de la contratación mercantil cuya función social e importancia es fundamental para la satisfacción de las necesidades materiales, espirituales, científicas y de esparcimiento del hombre, para las que "recurre a las empresas productoras y distribuidoras de los bienes y servicios que se lanzan al mercado a dicho fin". [60]

Una nueva dimensión se abre ante los ojos de viejas estructuras que deben acelerar el paso para no quedar al margen de un mundo vertiginoso, que presenta nuevas formas de relacionarse y está inmerso en plataformas, excedido en tiempo y velocidad.

4.1. Principios Jurídicos. Principios generales y particulares

Los principios juegan un papel destacado a la hora de realizar el correcto diálogo de fuentes en materia de Derecho del Consumidor. Ellos, constituyen directrices que informan algunas normas e inspiran directa o indirectamente una serie de soluciones por lo que pueden servir para promover y encauzar la aprobación de nuevas normas, orientar la interpretación de las existentes y resolver los casos previstos.

Tienen carácter normativo y pueden ser utilizados por los jueces para desactivar aquellas reglas de derecho positivo que, en apariencia, contradigan la finalidad protectoria del Derecho del Consumidor.

Podemos distinguir los siguientes principios:

a) Principios generales

[59] Alterini, Atilio Aníbal. "Las reformas a la ley de defensa del consumidor. Primera lectura, 20 años después". Buenos Aires. Ed. La Ley, 1; 2008.
[60] Farina, Juan M. Defensa del consumidor y del usuario. Buenos Aires. Ed. Astrea, 2004, p. 1.

***Principio de Soberanía:** La soberanía hace referencia al poder que tienen las personas y las empresas de decidir qué, cómo, cuándo, a qué precio, para quién, etc. compran y producen bienes. Es la libertad y el poder de disfrutar libremente del mercado y que orienta la distribución de recursos en la sociedad.

***Principio de Autonomía:** La autonomía del consumidor exige la defensa de la soberanía, que la defensa de sus elecciones se encuentre libres de coacción, coerción; de cualquier forma, de inducción al error que distorsione su voluntad.

***Principio Pro Consumidor:** Aquí, se tiene en cuenta la acción tutelar que tiene el Estado en la elaboración y alcance de las normas. Las normas legales, que serán interpretadas en términos favorables al consumidor o usuarios- en caso de duda insalvable sobre el sentido de las mismas-. Ello ocurre generalmente cuando hay una incorrecta y deficiente información suministrada por las empresas prestadores de servicio o proveedores y generan un estado de incertidumbre e inseguridad en la relación de consumo. El in dubio pro determina que cuando una norma, general o particular, puede llevar a dos o más posibles interpretaciones, el intérprete debe privilegiar aquella fuese más favorable al consumidor en el caso concreto.

b) Principios particulares

***Principio protectorio:** Es uno de los principios fundamentales del Derecho del Consumidor. Se fundamenta en la situación de debilidad y vulnerabilidad estructural en la cual se encuentran los consumidores en la "sociedad de consumo".

Encuentra su anclaje en las normas:

-Art. 42 de la Constitución Nacional: Establece como deber de las autoridades federales, provinciales y de la Ciudad Autónoma de Buenos, entendidas como los poderes legislativo, ejecutivo y judicial; proveer a la protección de los derechos de usuarios y consumidores. El principio protectorio trasciende lo estrictamente jurídico y orienta a la implementación de políticas públicas.

-Art. 1094 del Código Civil y Comercial: Establece el criterio de interpretación y aplicación del Derecho del Consumidor.

-Art. 1095 Se expresa como regla hermenéutica de las relaciones de consumo.

-Art. 3º de la LDC y el art. 1094 (2º parte del nuevo Código Civil y Comercial), le brindan sustento normativo y su aplicación se extiende retroactivamente a las leyes supletorias, conforme prevé el 3º párrafo del art. 7º del nuevo Código.

-Art. 26 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos: regla que toda modificación normativa, general o particular, debe ser para ampliar y no para disminuir derechos.

- Art. del 2.1 del Pacto Internacional de Derechos Económicos Sociales y Culturales, que consagra los principios de progresividad y no regresividad de los Derechos Humanos económicos, sociales y culturales. El principio de progresividad resulta aplicable a los derechos de los consumidores como derechos humanos de tercera generación.

Otras manifestaciones del principio protectorio son:

a) La previsión del art.14 in fine, que dispone que "la ley no ampara el ejercicio abusivo de los derechos individuales cuando pueda afectar al ambiente y a los derechos de incidencia colectiva en general".

b) la regulación del "abuso de posición dominante" como supuesto especial de ejercicio abusivo del derecho (art. 11).

c) El reconocimiento expreso del derecho a la integridad psicofísica del consumidor (arts. 51, 52 y 54).

*** <u>Principio de sustentabilidad</u>:** Abarca dos contenidos básicos que son: el Derecho de acceso al consumo y el derecho al consumo sustentable. El primero constituye el derecho mínimo de inclusión de toda persona humana, y por tanto de acceso al consumo de determinados bienes y servicios básicos garantizados por el Estado (alimentación, vivienda, salud, educación, etc.). Lo que permite un estándar de vida digno para cubrir las necesidades indispensables, se garantiza a toda persona un estándar razonable de calidad de vida, como el desarrollo de la plena potencialidad del ser.

El consumo sustentable es un Derecho porque implica que las necesidades de bienes y servicios de las generaciones presentes y futuras se satisfacen, de modo que, puedan sustentarse desde el punto de vista económico, social y ambiental.[61]

El principio de sustentabilidad tiene una clara proyección en el diseño de políticas públicas, por ejemplo, cuando el Estado Nacional sancionó y reglamentó la Ley 26.093 en 2006, por la cual se establece que a partir del 1° de enero de 2010 todas las naftas comercializadas en el país deberán contener al menos un 5% de etanol y el gasoil un 5% de biodiesel, como así también se estableció un régimen de estabilidad fiscal para todas las inversiones necesarias para alcanzar este objetivo.[62]

[61] Cf. Rusconi, Dante. Manual de Derecho del Consumidor, Bs. As., Ed. Abeledo Perrot, 2009, pág. 70.
[62] Martínez, Ulises: Biocombustibles: ¿energía sustentable? Publicado en: Sup. Amb. 16/12/2008, 16/12/2008, 3, Cita Online: AR/DOC/2542/2008.

* **Principio de irrenunciabilidad de los derechos:** Se fundamenta en que las normas de defensa del consumidor que integran el orden público de protección. Por ser normas de orden público, los Derechos de los Consumidores son irrenunciables y las normas de protección deben ser aplicadas por todas las autoridades públicas administrativas y jurisdiccionales, aun de oficio, y aun cuando aquellos hayan renunciado expresa o tácitamente a la tutela de sus intereses jurídicos. Este principio encuentra respaldo normativo en el art.37 de la ley de defensa del consumidor. Se encuentra reflejado en la siguiente normativa:

-Arts. 12 y 13 del nuevo Código Civil y Comercial que consagra que las convenciones particulares no pueden dejar sin efecto las leyes en cuya observancia está interesado el orden público, y que está prohibida la renuncia general de las leyes y que los efectos de la ley pueden ser renunciados en el caso particular, excepto que el ordenamiento jurídico lo prohíba, situación esta última de aplicación al Derecho del Consumidor por su carácter de orden público de protección.

-Art. 37 de LDC: Toda renuncia expresa o tácita del consumidor a sus derechos, tanto de manera previa como posterior, se tendrá por no convenida.

-Art.36 de la Ley 24.240: En cualquier caso, debe entender el magistrado del domicilio real del consumidor, siendo nulo cualquier pacto en contrario.

***Principio de Buena Fe:** Se trata de un principio general de derecho, presente en todos los campos del Derecho y las relaciones jurídicas. La podemos encontrar en los siguientes artículos de nuestro ordenamiento jurídico:

-Art. 1725 del CCYC: La valoración de la conducta en supuestos de responsabilidad civil. El principio de transparencia se vincula también con la actuación en el mercado de los proveedores en cuanto a generan una plena accesibilidad a la información a los consumidores acerca de los productos o servicios que ofrecen.

- Art. 52 bis. Ley de Defensa del Consumidor: indemnización en concepto de daño punitivo por afectar los derechos básicos del consumidor por las pautas de información y trato equitativo.

-Art. 8 bis L.D.C y art. 42 Constitución Nacional: custodia el principio de buena fe contractual de modo imperativo.

*** Principio de Trato Digno:** Significa que los proveedores de bienes y servicios deben adoptar medidas para que el consumidor sea atendido como una persona humana con dignidad, contemplando la situación de los vulnerables, los tienen capacidades diferentes, son menores de edad o no tiene la instrucción necesaria para comprender el funcionamiento de lo que se les ofrece.

El trato digno al consumidor o usuario debe reflejarse en la eliminación de prácticas y cláusulas abusivas, incluso aquellas que llevan a la confusión o restringen los derechos del consumidor.

El art. 8 Bis de la Ley 24240 establece:

"Los proveedores deberán garantizar condiciones de atención y trato digno y equitativo a los consumidores y usuarios. Deberán abstenerse de desplegar conductas que coloquen a los consumidores en situaciones vergonzantes, vejatorias o intimidatorias. No podrán ejercer sobre los consumidores extranjeros diferenciación alguna sobre precios, calidades técnicas o comerciales o cualquier otro aspecto relevante sobre los bienes y servicios que comercialice. Cualquier excepción a lo señalado deberá ser autorizada por la autoridad de aplicación en razones de interés general debidamente fundadas.

En los reclamos extrajudiciales de deudas, deberán abstenerse de utilizar cualquier medio que le otorgue la apariencia de reclamo judicial.

Tales conductas, además de las sanciones previstas en la presente ley, podrán ser pasibles de la multa civil establecida en el artículo 52 bis de la presente norma, sin perjuicio de otros resarcimientos que correspondieren al consumidor, siendo ambas penalidades extensivas solidariamente a quien actuare en nombre del proveedor".

Cabe decir que, la protección establecida por los principios no se reduce a una mera equiparación técnica de los consumidores en la órbita de la relación de consumo.

4.2. Normas del Derecho del Consumidor

Las normas del Derecho del Consumidor tutelan y resguardan los derechos a:

a) Derecho a obtener productos de calidad, a obtener de los productores y distribuidores, bienes y servicios que reúnan los requisitos mínimos de calidad e idoneidad para satisfacer las necesidades del consumidor.

b) Derecho a ser informado: Implica el derecho a obtener información veraz, suficiente, precisa, oportuna e idónea respecto de los productos y/o servicios que se ofrezcan o se pongan en circulación, así como, los riesgos que puedan derivarse de su consumo o utilización; los mecanismos de protección de los derechos y las formas de ejercerlos.

c) Derecho a reclamar: Se refiere al derecho a acudir directamente al productor, proveedor o prestador de un servicio y obtener reparación integral, oportuna y adecuada de todos los daños sufridos, así como, a obtener acceso a las autoridades judiciales o administrativas para el mismo propósito.

d) Derecho a obtener protección al firmar un contrato. Derecho a ser protegido de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión.

e) Derecho de elección. Derecho a decidir libremente los bienes y servicios requeridos.

f) Derecho a la participación: proteger los derechos e intereses del consumidor, otorgándoles el derecho de elegir a sus representantes, participando y buscando ser oídos por quienes cumplan funciones públicas y obtener respuestas a sus observaciones.

g) Derecho de representación para reclamar: los consumidores y usuarios tienen derecho a que sus organizaciones y voceros autorizados, por ellos, los representen para obtener solución a sus reclamos y denuncias.

h) Derecho a informar: los consumidores, sus organizaciones y las autoridades públicas tendrán acceso a los medios masivos de comunicación, para informar, divulgar y educar sobre el ejercicio de los derechos de los consumidores.

i) Derecho a la educación: los ciudadanos tienen derecho a recibir información y capacitación sobre consumo, sobre la normativa y las formas de hacer efectivos sus derechos.

j) Derecho a la protección contra los riesgos que puedan afectar su salud o seguridad.

k) Derecho a tener pronta respuesta en las actuaciones administrativas. Derecho a obtener protección de sus derechos, mediante procedimientos eficaces.

4.2.1. Normas Internas del Derecho del Consumidor.

Argentina cuenta con la siguiente normativa interna que protege a los consumidores. Es importante saber de su existencia porque es el primer gran paso de protección y es una obligación ciudadana hacer uso de ellas.

Antes de enunciar las Leyes y Resoluciones de nuestro orden jurídico, debemos recordar que se considera “Derechos del Consumidor”, al conjunto de normativas y leyes que tienen como objetivo principal asegurar la defensa de cualquier tipo de consumidor ante situaciones en las cuales no se respete su poder o su condición de consumidor. La existencia de este tipo de derechos nace de manera consensuada, como respuesta a la masiva extensión del consumo masivo de bienes y servicios y por la creciente falla en el otorgamiento de esos bienes o servicios en tiempo y forma, tal como fueron contratados.

El conjunto de derechos del consumidor parte de la noción de que, implícita o explícitamente, el consumidor se constituye en tal cuando entabla algún tipo de relación comercial con el vendedor.

Muchas empresas e incluso particulares ofrecen servicios y bienes que luego no atienen a las condiciones ofertadas, allí es cuando interviene el Derecho del Consumidor que recibirá y se hará cargo de los reclamos, quejas o todo tipo de protestas.

Algunos casos comunes son: la oferta de promociones que no se cumplen, precios que no son reales, productos que no son los exhibidos en folletos o publicidades, productos defectuosos o de segunda línea, reparaciones nulas o mal hechas, etc.

Anticipamos que pecaremos de ser reiterativos, pero insistimos en la idea de que la información es **PODER.** Ahora sí, las normas internas son:

Constitución Nacional: El artículo 42 reformada en 1994 garantiza a los consumidores y usuarios estos derechos: "Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno.

Las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios.

La legislación establecerá procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos, y los marcos regulatorios de los servicios públicos de competencia nacional, previendo la necesaria participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y de las provincias interesadas, en los organismos de control.

Código Civil y Comercial de la Nación: vigente desde agosto de 2015, regula los contratos de consumo en su Libro Tercero, Título III, artículos 1092 a 1122.

El Nuevo Código Civil y Comercial parece venir a revertir un desequilibrio sistémico, a cubrir espacios vacíos y a otorgar una mayor coordinación con las demás normas vigentes. Si bien el código toma principios ya contenidos en el Ley 24.240 de Defensa del Consumidor, al realizarse una interpretación constitucionalizada de la nueva norma, no debe tomarse la misma de forma aislada, sino adaptándose a las normas de la Constitución Nacional, y a los fallos de la Corte Interamericana de DD. HH. y la Corte Europea de DD.HH.

Ley 26.993: Sistema de resolución de conflictos en las relaciones de consumo. creó un sistema de resolución de conflictos en las relaciones de consumo. El sistema incluye el COPREC (servicio de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo), la Auditoría en las Relaciones de Consumo y la Justicia Nacional en las Relaciones de Consumo.

Ley 26.992: Ley de observatorio de Precios y Disponibilidad de Insumos, Bienes y Servicios. Creación.

Ley 26.991: Nueva regulación de las relaciones de producción y consumo

Ley 24.240: Ley de Defensa del Consumidor: normas de protección y defensa de los consumidores; autoridad de aplicación, procedimientos y sanciones. Ley 24.240 (1993) – Capítulo XIV: Normativa ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES. Ley Nacional de 1993 regula los derechos de los consumidores y usuarios. Algunas provincias, como Buenos Aires, San Juan y Mendoza, tienen sus propias leyes de defensa del consumidor.

Resolución 12/2016: Creación del Programa Precios Claros

Decreto 276/98: Arbitraje de Consumo, Tribunal Arbitral. Procedimiento. Oferta Pública de Adhesión. Disposición transitoria. Disposiciones complementarias.

Resolución 212/98: Tribunales Arbitrales: Objeto. Funciones. Registros. Árbitros. Opción. Rechazo in limine. Proveedores no adheridos a la oferta pública. Presentación. Arbitraje de amigables componedores. Procedimiento. Arbitraje de derecho. Procedimiento. Procedimiento especial. Recursos. Oferta Pública de adhesión al Sistema Nacional de Arbitraje de Consumo. Acuerdo Arbitral. Control del Sistema.

Ley 25.065: Ley de Tarjetas de Crédito: establece las normas de regulación del sistema de tarjetas de crédito, compra y débito.

Ley 22.802: Ley de Lealtad Comercial: normas que regulan la publicidad, la comercialización y el envasado.

Ley 19.511: Ley de Metrología Legal: establece la vigencia de las unidades del Sistema Métrico Legal Argentino – SI.ME.L. A, basado en el sistema métrico decimal

Resolución 616/98: Consejo Consultivo de los Consumidores: creación del Consejo Consultivo de los Consumidores para tratar asuntos inherentes a la defensa del consumidor, conforme la Ley 24.240 y normas complementarias, en el ámbito de la Secretaria de Industria, Comercio y Minería.

Resolución 906/98: Contratos escritos de consumo: Establece medidas mínimas para la letra de los contratos de consumo. Reglamenta el modo de informar el derecho de revocación según el artículo 34 de la Ley 24.240.

Resolución 313/98: Créditos hipotecarios: información que deberán suministrar a la autoridad de aplicación las entidades financieras que otorgan créditos hipotecarios en relación a operaciones destinadas a la adquisición de viviendas. –

Resolución 90/ 2016: Reempadronamiento de las asociaciones de consumidores

Disposición 19/2016: Criterios complementarios e interpretativos para la implementación de la Resolución N° 90/16

Resolución 387/99: Créditos prendarios: dispone que las entidades que otorgan créditos prendarios sobre automotores cero kilómetros informen trimestralmente a la autoridad de aplicación de la ley nro. 24240 sobre el costo financiero total y el valor de la cuota total de esas operaciones.

Resolución 678/99: Colegios privados: establece que los establecimientos de educación privados incorporados a la enseñanza oficial, deberán informar anualmente a la Dirección Nacional de Comercio Interior el valor total de la cuota mensual que perciben por la prestación del servicio educativo para cada nivel de enseñanza.

Resolución 54/2000: Medicina prepaga/ valor de cuota mensual

Resolución75/2002: Seguros: Implica la información que deberán suministrar cuatrimestralmente a la Dirección Nacional de Comercio interior, las compañías de seguros autorizadas por la Superintendencia de Seguros de la Nación a operar en el ramo de automotores, en relación al valor mensual de los premios de los seguros de automotores que ofrecen al mercado y al valor asegurado de los mismos.

Resolución 8/2003: Universidades privadas: información anual que deberán presentar, referida a los precios que perciben por la prestación del servicio universitario, con el fin de que los usuarios puedan conocer la variedad de la oferta y adoptar la decisión que convenga a sus intereses.

Resolución 37/2003: Telefonía Celular: establece que las empresas prestadoras del servicio de telefonía celular móvil deberán informar mensualmente a la autoridad de aplicación de la Ley 24.240 la totalidad de planes ofrecidos en todas las modalidades posibles de prestación del servicio.

Resolución 53/2003: Cláusulas abusivas: determina las cláusulas que no podrán ser incluidas en los contratos de consumo, por ser opuestas a los criterios establecidos en el artículo 37 de la Ley 24.240 y su reglamentación.

Ley 25.542: Ley del Libro: establece que los editores, importadores o representantes de libros deben fijar un precio uniforme de venta al público (PVP) o consumidor final de los libros.

Resolución 9/ 2004: Cláusulas abusivas: en contratos de Medicina Prepaga y Servicios Financieros y/o Bancarios.

Resolución SICyM No. 616 (1998): Creación del Consejo Consultivo de los Consumidores.

Dichas leyes y resoluciones son publicadas y actualizadas en la página oficial del Ministerio de Desarrollo Productivo.[63]

4.2.2. Tratados Internacionales

A partir del año 1994, la parte dogmática de la Constitución Nacional se ha visto ampliada de manera significativa y algunos doctrinarios ya se han pronunciado. En la actualidad, los Tratados y Convenciones Internacionales de Derechos Humanos gozan de jerarquía constitucional. La última reforma constitucional supone una mejora en el reconocimiento de los derechos de los consumidores y usuarios.

Los Tratados Internacionales que cuenta con las Directrices de las Naciones Unidas, aprobadas por la Asamblea General de la ONU en 1985, Resolución 39/248, ampliadas en 1999, enumeran expresamente cuáles son los derechos de los consumidores y usuarios, la obligación de proveer a la protección de los mismos por parte de las autoridades, propiciando el dictado de legislación que reconozca a los mismos y permita su intervención para esos fines. Constituyen "lineamientos para la aplicación de políticas gubernamentales de protección al consumidor".[64]

Los Derechos de los Consumidores deben ser considerados como auténticos Derechos Humanos porque involucran innumerables aspectos que hacen directamente a la dignidad de la persona: la vida, la salud, la libertad, la igualdad, etc. En este sentido, se ha dicho que el derecho del consumidor es sin duda, un vehículo social de protección general, vinculado a derechos elementales de la persona humana, encuadrados dentro del marco de lo que llamamos "Derechos Humanos".

A partir de la irrupción de los Tratados a la norma fundamental, la C.N, el principio pro homine se ha transformado en un parámetro fundamental para resolver las controversias entre la aplicación de una norma constitucional y otra de los instrumentos internacionales de Derechos Humanos que se presenten en relaciones jurídicas en donde haya una marcada desigualdad entre las partes.

[63] Ministerio de Desarrollo productivo. Derecho del Consumidor. https://www.argentina.gob.ar/produccion/consumidor/leyes.

[64] Stiglitz, Gabriel A., El derecho del consumidor en Argentina y en el MERCOSUR, en LL del 19-V-95.

Debemos mencionar que la Convención Americana de Derechos Humanos denominada "Pacto de San José de Costa Rica" instituye dos órganos encargados de velar por el cumplimiento de las disposiciones establecidas en el Tratado. Así, encontramos a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos y a la Corte Interamericana de Derechos Humanos. Solo esta última goza de "función jurisdiccional". Nuestro país, mediante el dictado de la ley 23.084 reconoció la competencia de ambos órganos para los casos relativos a la interpretación o aplicación de esa convención en particular. Siendo que el Pacto de San José de Costa Rica no recepta norma alguna referida a los derechos de los consumidores, la Corte Suprema de Justicia de la Nación mantiene su condición de la última intérprete en esta materia.

Si bien el Pacto de San José de Costa Rica no refiere explícitamente al Derecho de los Consumidores, tal como ya hemos mencionado, existen derechos contemplados explícitamente en el Pacto que complementan al derecho del consumo, motivo por el cual la Corte Interamericana de Derechos Humanos tiene capacidad de intervenir-tutela judicial- en un conflicto suscitado como consecuencia de una relación de consumo, si de ella surge una transgresión al derecho a la salud, a la vida, a la reunión o incluso a la propiedad privada de cualquier consumidor.

Queda claro que las convenciones internacionales de Derechos Humanos no sólo complementan el reconocimiento de los derechos de las personas y de los consumidores, sino que brindan un nuevo tribunal supraestatal.

Las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, aprobadas por la Resolución N° 39/248 de fecha 9 de abril de 1985 de la Asamblea General de las Naciones Unidas, ampliadas posteriormente por la Resolución N° 1999/7 de fecha 26 de julio de 1999 del Consejo Económico y Social y revisadas y aprobadas por la Resolución N° 70/186 de fecha 22 de diciembre de 2015 de la citada Asamblea General, conforman el andamiaje jurídico que establece aquel marco integrado por principios, derechos y obligaciones que deben observarse en el vínculo jurídico entre proveedores y consumidores que, desde antaño, ha sido siempre una relación asimétrica.

El Protocolo de Santa María sobre Jurisdicción en materia de Relaciones de Consumo determina que:[65]

[65] El Protocolo Santa María sobre Jurisdicción en materia de Relaciones de Consumo - MERCOSUR/CMC/DEC Nº 10/96-.

Los Gobiernos de la República Argentina, de la República Federativa del Brasil, de la República del Paraguay y de la República Oriental del Uruguay, en adelante denominados "Estados Partes". En su Considerando reza:

"...que el Tratado de Asunción establece el compromiso de los Estados Partes de armonizar sus legislaciones en las áreas pertinentes; reafirmando la voluntad de los Estados Partes de acordar soluciones jurídicas comunes para el fortalecimiento del proceso de integración; destacando la necesidad de brindar al sector privado de los Estados Partes un marco de seguridad jurídica que garantice soluciones justas y la armonía de las decisiones jurisdiccionales vinculadas a las relaciones de consumo; convencidos de la necesidad de dar protección al consumidor y de la importancia de adoptar reglas comunes sobre jurisdicción internacional en materia de relaciones de consumo derivadas de contratos entre proveedores de bienes o prestadores de servicios y consumidores o usuarios; conscientes de que, en materia de negocios internacionales, la contratación es la expresión jurídica del comercio y éste es especialmente relevante en el proceso de integración.

Capítulo 5: Los Maestros del Derecho dicen...

Introducción

En este capítulo haremos una recopilación de algunas expresiones de "Los Maestros del Derecho".

¿Quiénes son los Maestros del Derecho?

Es probable que una posible respuesta a esta pregunta sea:

"Los Maestros del Derecho" son los hombres y mujeres de la comunidad jurídica, reconocidos/as por el justo valor que se le debe a la experiencia y a la trayectoria. Son los miembros de la comunidad que pueden contribuir a pensar "El Derecho", de manera integral y reflexiva. En tal sentido, son los que contribuyen al complejo análisis de la realidad.

Seguramente, la formación de "Los Maestros" propicia el debate, en pos del crecimiento intelectual y humano. En definitiva, son quienes están a cargo de la formación académica de los futuros jueces, presidentes y demás profesionales que, de una u otra forma, modifican la vida de los habitantes de nuestra Nación.

Al respecto, el Decano de la facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la UAI, el Dr. Marcos Córdoba, aludió a la categorización de los "Maestros del Derecho" diciendo lo siguiente:

"La categoría de los Maestros del Derecho de la UAI, en realidad, resulta trascedente y significativa. No es un título que hemos decidido otorgar a personas que no hayan tenido una destacadísima actuación en el pensamiento jurídico. Ésto le corresponde tan solo a aquellos que han tenido los máximos reconocimientos"[66].

5.1. Acerca del Derecho, dice:

"...El Derecho se demora, la justicia parece inalcanzable, los hechos se consuman, la jurisprudencia emite signos cambiantes. Su pronunciamiento no siempre se cumple y el pueblo o la sociedad, en su conjunto, se impacienta y, por más que, coadyuven la tecnología y la aplicación de sus invenciones y sus descubrimientos

[66]Córdoba, Marcos. Ciclo de Conferencias de Maestros del Derecho, desarrollado por la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad Abierta Interamericana. Publicado el día 22 de octubre de 2013. https://www.youtube.com/watch

la pulsada no está siempre finalmente definida, pues, el saldo va transmitiéndose con el cambio de las circunstancias...".[67]

5.1.1. Acerca de la Interpretación de la Norma, dice:

El Maestro del Derecho, Dr. Carlos María Cárcova, hace un análisis histórico, a través de la mirada de Carlos Cossio, sobre los métodos de interpretación de la norma en Francia, Alemania e Inglaterra. Ello, hasta llegar al método recomendado por los juristas, el método exegético.

Para Cárcova, el gravísimo problema de la tesis en cuestión, es la falta semiótica en la aplicación de la misma y ésto se profundiza, desde las Universidades -las cuales no incluyen como materia "la semiótica"-. Herramienta fundamental para un operador jurídico y un gran desafío de la actualidad.

"...En mi época debíamos estudiar cuáles eran los métodos de interpretación del Derecho y el criterio era que, en realidad esa verdad enseñoreada en la proposición que la norma contenía, era susceptible de ser desentrañada a partir de aplicar un buen método. Ésto, como aparecía más tarde en un texto que tengo escrito, fue destrozado como concepto por Carlos Cossio en el año 1960 en un artículo publicado en la ley...".[68]

5.2. Acerca de los Derechos Humanos, dice:

" ...Siento frustración porque donde veamos, por doquier, hay violación de los Derechos humanos, hay impunidad, hay ausencia de justicia... ".[69]

5.2.1 Acerca de la protección de Derechos Humanos, dice:

"...Cómo nos ilustra, Juan Cruz Gonzales Allonda, el desarrollo de las actividades de los buscadores en Internet comprende dos derechos humanos indispensables en la vida democrática moderna, el derecho a la información y el derecho a la protección de los datos personales. El éxito en su aplicación práctica depende de una equilibrada interpretación de los mismos, de forma tal, que no se imponga uno sobre el otro, sino que interactúen...".[70]

5.2.2 Acerca de la responsabilidad del Estado y de los ciudadanos, dice:

[67] Vanossi, Jorge. Maestros del Derecho. Video Nº 001 del 21/08/2013.
[68] Cárcova, Carlos María. Derecho de Consumidores y Usuarios. Maestros del Derecho. Video Nº 093-128719 del 03/08/2017.
[69] Loayza, Carolina. Entrevista publicada en el Diario Web Entérate Digital.Pe el 11/12/2019.

En una entrevista, la Dra. Carolina Loayza, hizo una distinción acerca de la responsabilidad que le compete al Estado y a todos los ciudadanos para evitar que lo Derechos Humanos sean vulnerados. Distingue tres Responsabilidades:

"...La primera es conocer cuáles son nuestros Derechos humanos-Para que los Derechos Humanos sean una realidad hay que conocerlos-. La segunda responsabilidad es promoverlos, difundirlos e informar, utilizando los medios necesarios para lograr dicho objetivo. Y la tercera es la protección de los Derechos Humanos...".[71]

5.3. Acerca del Derecho Mercantil, dice:

"...El Derecho Mercantil fue el último ordenamiento corporativo que dejó subsistente el proceso Revolucionario Francés, sepulcro de la cultura jurídica del antiguo régimen y frente al mito del año cero sabiamente utilizado por los Revolucionarios Franceses. Hoy podemos admitir que la Revolución Burguesa fue un complejo de transformaciones políticas e históricas no simultáneas...".[72]

5.4. Acerca del Consumidor, dice:

"...El modelo del siglo XIX partía de la base que eran personas con recursos económicos, pero no consideraban a los excluidos, a los vulnerables y hoy hay una fuerte inclusión del consumidor en el nuevo código civil y comercial...".[73]

5.5. Acerca de la Globalización Jurídica, dice:

"...En la sociedad globalizada, dice Galgano, no se requiere grandes cambios legislativos porque el contrato es uno de los principales, sino el principal instrumento, de la globalización jurídica...".[74]

[70] Sirkin, Eduardo. Maestros del Derecho. Número de video 093-128744 del 17/11/2014.
[71] Loayza, Carolina. Op. Cit.
[72] Piaggi, Ana. Derecho de Consumidores y Usuarios. Maestros del Derecho. Video Nº 003 del 15/10/2013.
[73] Lorenzetti, Ricardo. Derechos del consumidor. Explica el Código Civil y Comercial.
Publicado en argentinaenoticias el día 4 de julio 2016.
[74] Rivera, Julio César. Maestros del Derecho. Video 002 U.A.I. del 03/ 07/2018.

CONCLUSIÓN

Después de todo lo expuesto podemos afirmar que los derechos de los usuarios y consumidores son Derechos Humanos.

En la relación que tenemos con el consumo se encuentran involucrados bienes jurídicos y valores protegidos propios de los Derechos Humanos, como la dignidad, la vida, la salud, etc.

El reconocimiento del recorrido histórico del comercio nos hace ver si hemos evolucionado o no con respecto a nuestro comportamiento individual y social. Del mismo modo, el surgimiento y desarrollo de los derechos de consumidores y usuarios se comprenden por su contexto histórico, en constante dinamismo. Por ello, la importancia de haber hecho un relevamiento al respecto.

Los derechos de usuarios y consumidores constituyen una categoría ética fundamental, basada primariamente, en el principio de no discriminación; tomando como punto de partida el concepto de persona. Concepto propio de los Derechos Humanos.

Pudimos aprender que los Derechos del Consumidor se interpretan aplicando la norma más favorable y que, por ende, otorguen una mayor protección al consumidor.

Por lo antes dicho, y en función al desarrollo de nuestro trabajo de investigación, concluimos afirmando nuestra hipótesis “las nuevas formas de consumo exigen una adecuación de la normativa vigente al avance de la tecnología, un mayor compromiso del Estado y de los ciudadanos para proteger los Derechos Humanos del Consumidor del Siglo XXI”.

Finalmente, un mundo globalizado y voraz nos pone a prueba, desafiando nuestra inteligencia y nuestras convicciones. La compleja realidad nos invita a revelarnos para proteger nuestros derechos, los Derechos Humanos.

BIBLIOGRAFÍA

Alterini, Atilio Aníbal. El consumidor de la sociedad postmoderna, Buenos Aires, Edit. La ley, 1996.

Alterini, Atilio Aníbal. "Las reformas a la ley de defensa del consumidor. Primera lectura, 20 años después". Buenos Aires. Ed. La Ley, 1; 2008.

Arias, Ricardo. Derecho corporativo empresarial. México. Grupo Editorial Patria, 2017.

Azcárate Luxán, Blanca; Azcárate Luxán, Victoria; Sánchez; José. Grandes regiones de la Tierra. Buenos Aires. Edit. UNED, 2019.

Aztiria, Enrique. Origen y Evolución histórica del Derecho Comercial y antecedentes argentinos, en Revista" Lecciones y Ensayos", Edit. Cooperadora de Derecho y Cs. Sociales, Bs. As. 1971, pág.12.

Barocelli, Sergio Sebastián, Consumidores Hipervulnerables, Buenos Aires, Edit. El Derecho 2018.

Barry, Roger y Chorley, Richard. Atmósfera, tiempo y clima. España. Edit. Omega, 1999.

Campanini, J. y otros. Empresas transnacionales e impactos en América Latina. Edit. Omal, 2014, pág.10.

Cárcova, Carlos María. Derecho de Consumidores y Usuarios. Maestros del Derecho. Video Nº 093-128719 del 03/08/2017.

CCYC. Buenos Aires. Ed. Infojus, 1era.Edición, 2014.

Cisneros Andres. Neuromarketing Y Neuroeconomia.México.Ed. ECOE, 2019.

Cf. Rusconi, Dante. Manual de Derecho del Consumidor, Bs. As., Ed. Abeledo Perrot, 2009, pág. 70.

Compa, Lance. Labor Rights and Labor Standards in International Trade. Washington D.C.Ed. Law & Pol'y Int'l Bus.,1993, págs 25-165.

Conf.Orione, Francisco. Enciclopedia Jurídica Omeba. Buenos Aires. Edit. Bibliográfica Argentina,1964, págs. 19,20 y 21.

Córdoba, Marcos. Ciclo de Conferencias de Maestros del Derecho, desarrollado por la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas de la Universidad Abierta Interamericana. Publicado el día 22 de octubre de 2013. https://www.youtube.com/watch

Everitt, Anthoni. Augusto. España. Edit. Ariel S.A. España,2008.

Farina, Juan M. Defensa del consumidor y del usuario. Buenos Aires. Ed. Astrea, 2004,

Fernández Durán, Ramón Y González Reyes Luis. En La Espiral De La Energía. España. Edit. Ecologistas en Acción, 2018.

García Garrido, Manuel, Derecho Privado Romano. Edit. Sanz y Torres. Madrid, 2019.

Gendron, Corinne y otros. El Comercio Justo. Buenos Aires, Edit. Marea, 2017.

Goldschmidt, Tesis Universalgeschichte des Handelrechts. Alemania Edit. Stuttgart,1981. Pág. 3.

González, E y P. Ramiro. Multinacionales, impactos y desigualdades de género, Ed. Pueblos, Nº 55, 2013 pág. 10.

Gordillo, Agustín, Derechos Humanos, Buenos Aires, Edit. Fundación de derecho administrativo, 2007.

Hobbes, Thomas. El orden y la libertad. Colombia. Edit. ECOE, 2018.

Hualde Manso, Teresa. Del consumidor informado al consumidor real…, Madrid, Edit. Dykinson, 2016.

Jerez Riesco, José Luis. Comercio Internacional. España. Edit. ESIC, 2007.

Kaspi André. Kennedy John F. Buenos Aires. Edit. La Nación, 2007.

Lezama, José Luis. Los Grandes Problemas de México. México D.F. Edit. Colmex, 2018.

Lindstrom, Martin. Así se manipula al Consumidor, España, Edit. Gestión 2000 S.A, 2011.

Loayza, Carolina. Entrevista publicada en el Diario Web Entérate Digital.Pe el 11/12/2019.

López Alfonsín, Marcelo, Protección Constitucional de Consumidores y Usuarios, Buenos Aires, Edit. Estudio,2018. pág. 24.

López Bonillo Diego. El Medio Ambiente. Madrid. Edit. Cátedra, 2001.

Lorenzetti, Ricardo. Derechos del consumidor. Explica el Código Civil y Comercial. Publicado en argentinaenoticias el día 4 de julio 2016.

Malagarriga, Carlos. Reseña de la Legislación Comercial Argentina. Bs. As. Edit. Depalma,1961, págs. 11-13.

Martínez, Ulises: Biocombustibles: ¿energía sustentable? Publicado en: Sup. Amb. 16/12/2008, 16/12/2008, 3, Cita Online: AR/DOC/2542/2008.

Martínez Díaz, Nelson. Revista Multinacionales en Latinoamérica. Edit. Cuadernos Historia 16- 107.

Mascheroni y Muguillo. Manuel de Sociedades Civiles y Comerciales. Buenos Aires. Edit. Universidad,1994, pág.51.

McLuhan, Marshall. La aldea Global. Buenos Aires. Edit. Gedisa, 2015.

McNeill.William. Historia Universal. Buenos Aires, Edit. Siglo Veinte,1962.

Newbold Adams, Richard. Energía Y Estructura. Buenos Aires. Edit. Fondo de Cultura Económica, 1980.

Nicolau, Noelia. Tratado de la Buena Fe en el Derecho, Cap. XVII. Bs.As. Edit. UAI, 2019, pág.299.

Peinado, Federico Lara, Código de Hammurabi, Madrid, Edit. Tecnos 1992, pág. 100.

Piaggi, Ana. Derecho de Consumidores y Usuarios. Maestros del Derecho. Video Nº 003 del 15/10/2013.

Pretrasso, Hernán. Derecho Comercial. Buenos Aires, Edit. Ediciones Centro Norte,2002, pág.2.

Petrasso, Hernán. Op. Cit., pág.22.

Rabadán Abel - Aspectos Fundamentales Del Comercio Internacional. México D.F. Ed. Instituto Politécnico Nacional, 2000. Introducción.

Rapaille, Clotaire. El código cultural, Argentina, Edit. Grupo Editorial Norma, 2018, Pág. 29.

Reich, Norberto, Mercado y Derecho, Barcelona, Edit. Ariel,2015, pág. 169.

Ribas, Joan y Sanz Fontria, Ramón. Ingeniería Ambiental. Bs. As. Edit. Alfaomega Grupo Editor, 2000.

Richter Morales, Ulrich. El Ciudadano Digital. México. Edit. Océano, 2018.

Rivarola, Mario. Tratado Elemental de Derecho Comercial. España, Edit. Cía. Arg. de Editores,1938, pág.713.

Rivera, Julio César. Maestros del Derecho. Video 002 U.A.I. del 03/ 07/2018.

Rothbard, Murray. La gran Depresión. Madrid. Edit. Unión, 2013.

Sagües, Néstor Pedro, Elementos de Derecho Constitucional, Buenos Aires 2001, pág. 34 ss.

Schiffman, León G. Comportamiento del Consumidor, España, Edit. Pearson, 2015.

Shiva Vandana. Las Guerras Del Agua. Barcelona. Edit. Icaria 2003.

Sirkin, Eduardo. Maestros del Derecho. Número de video 093-128744 del 17/11/2014.

Solomon Michael R., Comportamiento Del Consumidor. Buenos aires. Edit. Pearson, 2017.

Stiglitz, Gabriel A., El derecho del consumidor en Argentina y en el MERCOSUR, en LL del 19-V-95.

Vanossi, Jorge. Maestros del Derecho. Video Nº 001 del 21/08/2013.

Wilson Michelle. Energía. E.E. U.U., Edit. Time-Life International, 1969.

Tigre, 06 mayo de 2019

Asunto: Solicitud de tutoría para el trabajo final

Estimada Dra. Eloisa Raya de Vera:

Por medio de la presente, solicito a usted, tenga a bien aceptar ser la tutora del trabajo final que debo realizar para obtener el título de abogada.

El tema a desarrollar será "Los Derechos Humanos del Consumidor en el Siglo XXI".

Desde ya, muchas gracias

Saludos Cordiales,

Mariel G. Díaz

Tigre, 13 de mayo de 2019

Asunto: Carta de aceptación del tutor

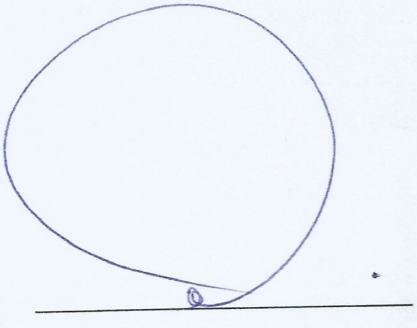
Autoridades de la Universidad Abierta Interamericana

Facultad de Derecho y Ciencias Políticas

Estimados/as:

Por medio de la presente, pongo en su conocimiento que, ante la solicitud de la alumna, Mariel Griselda Díaz, DNI: 21.523.537, Legajo Nº A0980000200 200-J1, acepto el compromiso de ser su TUTORA ACADÉMICA durante el desarrollo, la presentación y evaluación final del trabajo titulado: "Los Derechos Humanos del Consumidor en el Siglo XXI". Para que, la misma, obtenga el título de abogada.

Cordialmente,



Dra. Eloisa Raya de Vera

NOTA DE ELEVACIÓN DE TRABAJO FINAL

Tigre, 07 de enero de 2020

Dr. Alejandro Laje

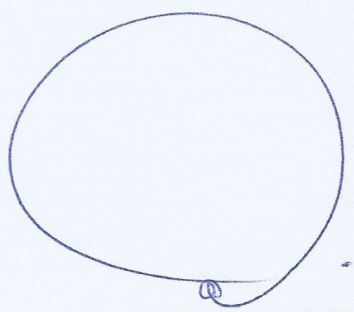
Director de la Carrera de Abogacía

Facultad de Derecho y Ciencias Políticas

De mi mayor consideración:

Por medio de la presente, le comunico que la alumna, **Mariel Griselda Díaz,** ha confeccionado bajo mi supervisión el trabajo final que lleva el título: "Los Derechos Humanos del Consumidor en el Siglo XXI". Por la calidad de su contenido y la originalidad del mismo merece ser defendido ante el Tribunal que se designe.

Sin otro particular, saluda atentamente a Ud.,



Dra. Eloisa Raya de Vera