

## LOS CONTRATOS DE CONSUMO EN EL NUEVO CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL

Por Germán Grosso Molina<sup>1</sup>

1) Después de tanto esperar su arribo, finalmente el pasado 1° de agosto entró en vigencia el Nuevo Código Civil y Comercial de la República Argentina. El plazo de incertidumbre ante su entrada en vigor caducó, y los operadores del mundo jurídico debemos ya estar dispuestos a vivir esta nueva etapa del derecho argentino. En esta nota nos abocaremos brevemente a analizar lo relativo a los Contratos de consumo y su inserción dentro del nuevo Código, y trataremos de afirmar ciertas ideas centrales del nuevo régimen contractual.

2) En primer lugar diremos que la inserción de estos contratos en el Código ya es todo un evento y, a nuestro entender, un paso más en el avance hacia la definitiva consolidación de la defensa de los derechos del consumidor, iniciada con la sanción de la ley 24.240 y desarrollada luego con la reforma Constitucional de 1994 (art. 42), la reforma posterior a la ley antes referida (ley 26.361), las nuevas leyes de protección e implementación del derecho del consumidor (ley 26.993 que crea el "Sistema de resolución de conflictos en las relaciones de consumo"), sumado a legislaciones locales en cada una de las Provincias argentinas (en el caso de San Juan, las leyes 7087 y 7714, hoy leyes 655-D y 898-D según el Digesto Jurídico local, además de la constitucionalización de este derecho que ya se produjo en el texto de la Constitución de 1986, art. 69).

Sin embargo, toda esta gama de leyes y tutelas no resultaba del todo suficiente para la plena vigencia de la protección de los consumidores y usuarios, toda vez que las fronteras mentales que aún existían en el imaginario jurídico en general, pese al esfuerzo de la doctrina especializada, y los avances constantes de cierta jurisprudencia, no permitían el amalgamamiento de las distintas ramas del derecho (civil y comercial) con el régimen de tutela del consumidor. Es así que en los Tribunales se seguían observando planteos tendientes a repeler todo tipo de "injerencia" del derecho del consumidor en relaciones jurídicas de diferente tipo, principalmente comerciales, lógicamente, apelando a argumentos tales como que el derecho "bancario", "de seguros", "de telecomunicaciones", etc., tiene una autonomía y esfera de vigencia propia tal que los "inmuniza" de todo tipo de ataque del derecho de los consumidores. Así se planteaban excepciones tales como la "incompetencia" de la autoridad de aplicación (vr. gr. la Dirección de Defensa del Consumidor, en el caso de San Juan), para intervenir en una relación de ese tipo, tornando a su criterio, inaplicables las reglas de la Ley de Defensa del Consumidor. Y si bien es cierto que esos intentos no solían prosperar, también lo es que la puerta estaba abierta para proponerlos, y requería por parte de los jueces construcciones jurídicas a veces complejas, con análisis exegéticos del ordenamiento jurídico general para rechazarlos.

Por eso es que, a nuestro entender, la inserción en el Código de estos contratos implica un avance en el sentido que aludimos<sup>2</sup>. La transversalidad del derecho del consumidor<sup>3</sup>, principalmente sobre todo el derecho privado, por el que tanto ha luchado la doctrina especializada, tendrá ahora una nueva llave jurídica para su vigencia y plenitud<sup>4</sup>. Ello así, pues el nuevo Código incorpora los contratos de consumo, con reglas genéricas, las que se complementan con las establecidas en las leyes especiales, de modo que el núcleo de la protección lo establecerá la Constitución Nacional y el Código, y lo complementará y ampliará el derecho estatutario (Ritto 2015).

3) Atendiendo los fundamentos de la Comisión redactora del Anteproyecto, los contratos de consumo constituyen una fragmentación del tipo general de contratos, pero

<sup>1</sup> Abogado. Actualmente integrante de la cátedra de Derecho Público Provincial de la carrera de abogacía de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Católica de Cuyo; Pro Secretario del Juzgado Contencioso Administrativo de la Provincia de San Juan, Secretaría 1 (Contencioso administrativo).

<sup>2</sup> El Código es sólo un escalón más. Hay que continuar en el camino. Se requiere de consumidores conscientes y consustanciados con sus derechos y organizados en asociaciones de consumidores, proveedores que actúen de buena fe y con legalidad y transparencia en el mercado y, fundamentalmente, autoridades públicas activas en la garantía de los derechos de los consumidores... (Barocelli 2015)

<sup>3</sup> Por tanto, el Derecho del Consumidor se erige como un sistema de normas principiológicas, de fuente constitucional, con carácter esencialmente protectorio de la parte débil y vulnerable; esto es, de aquellas que adquieren o utilizan bienes o servicios para satisfacer necesidades domésticas, que atraviesa todo el ordenamiento jurídico positivo, poniendo en crisis muchos de sus paradigmas clásicos y resignificando mucho de sus postulados a la luz de sus normas, principios e instituciones cuando se verifica la existencia de una relación de consumo... (Barocelli 2015)

<sup>4</sup> Adelantamos además nuestra opinión, en el sentido que toda la normativa incorporada – al Código Civil y Comercial - , representa – también por su contenido – un avance significativo en el sistema de protección jurídica del consumidor... En síntesis, se avcina una profunda armonización (y sistematización) entre los distintos componentes del sistema de protección jurídica del consumidor: la Constitución Nacional (arts. 42 y 43), la ley especial 24.240 y el proyectado Código Civil y Comercial... (Stigliuz 2014)

que influye sobre los tipos especiales, de allí la necesidad de incorporarlos en la parte general<sup>5</sup>. Por eso se ubica su regulación en el Título III del libro III de “Derechos Personales”, en el que también se incluye obligaciones en general, contratos en general, contratos de consumo, contratos en particular y otras fuentes de las obligaciones (vr. gr. responsabilidad civil, etc.). En el nuevo texto del Código se plasman entonces una serie de principios y presupuestos básicos que se complementan con la legislación específica (Ley de Defensa del Consumidor 24.240 y susmodif., Ley de Defensa de la Competencia 25.156, Ley de Lealtad Comercial 22.802, etc.), además de la protección constitucional, claro está. Estos “mínimos” serán el núcleo duro de tutela, que ninguna legislación especial podrá desconocer.

4) Concretamente el TÍTULO III del LIBRO TERCERO (DERECHOS PERSONALES), comprende como ya dijimos, los “CONTRATOS DE CONSUMO”.

Se define *Relación de consumo* (art. 1092) y *Contrato de Consumo* (art. 1093); se establecen *pautas de interpretación* de las normas (previando la prelación entre ellas) y de los contratos (arts. 1094 y 1095). Luego se regula lo relativo a la *Formación del consentimiento* (Capítulo 2), contemplando lo que refiere a *Práctica abusivas* (arts. 1096 a 1099) e *Información y publicidad dirigida a los consumidores* (arts. 1100 a 1103). Luego contempla las distintas formas de contratación, en lo que denomina *Modalidades especiales*, previando la contratación fuera de los establecimientos comerciales, a través de medios electrónicos, lugar de cumplimiento, revocación, etc. (arts. 1104 y ss.). Y un lugar especial ha merecido la regulación de las “Cláusulas abusivas” (Capítulo 4, arts. 1117 y ss.).

En esta regulación se han desarrollado, como ya anticipamos, una serie de principios: a) El principio *Protectorio* (que tiene su razón de ser en la situación de debilidad y vulnerabilidad estructural en la cual se encuentran situados los consumidores en la “sociedad de consumo”, con base constitucional en el art. 42), siendo el *in dubio pro consumidor* una regla de interpretación del Derecho; b) el principio de *sustentabilidad* (art. 1094 alude al “acceso al consumo sustentable”) relacionado con Derecho Ambiental; c) el principio de *irrenunciabilidad de los derechos* (las normas de defensa del consumidor son disposiciones de orden público, y por ello son irrenunciables y deben ser aplicadas por las autoridades públicas administrativas y jurisdiccionales, aun de oficio); d) principio de *buena fe*, siendo éste un principio general de derecho, presente en todos los campos, emergente del propio Código (art. 9 y 961); y e) el principio de *realidad* (con origen en el Derecho del Trabajo, por el que se hace prevalecer, en caso discordancia, lo fáctico, lo que realmente ocurre, sobre lo establecido en documentos o asentado de alguna manera. De este modo se hace aflorar la relación de consumo o relación fundamental que le subyace, más allá del dispositivo jurídico enmarcado por las partes) (Barocelli 2015).

5) Este es, hasta aquí, un brevísimo panorama de lo que el Nuevo Código Civil y Comercial implementa en materia de Derechos del Consumidor. En otra oportunidad desarrollaremos estos contenidos. Estamos ante un nuevo desafío en esta materia: el de consolidar de manera definitiva la protección constitucional de los derechos de los consumidores y usuarios. Auspiciamos que todo el sistema jurídico se acople a este movimiento. A nuestro entender se terminaron ya las excusas y escollos para las “chicanas” jurídicas, es hora de que el derecho constitucional del consumidor adquiera su consolidación y vigencia plena.

## **Trabajos citados**

Barocelli, Sergio Sebastián: Principios y ámbito de aplicación del derecho del consumidor en el nuevo Código Civil y Comercial, *DCCyE 2015* (La Ley), Febrero 2015, pág. 63 y ss.

Ritto, Graciela: Los contratos de consumo en el nuevo Código Civil y Comercial de la Nación, *Doctrina Judicial* (La Ley), Enero 2015, pág. 1 y ss.

Stiglitz, Gabriel A.: La defensa del consumidor en el Código Civil y Comercial de la Nación, *Sup. Especial Nuevo Código Civil y Comercial 2014* (La Ley), Noviembre 2014, pág. 137 y ss.

---

<sup>5</sup>Nos parece relevante dicha incorporación, dado que en la actualidad el Código Civil actúa como epicentro, alrededor del cual otras normas han tenido que complementar las prescripciones relativas a la responsabilidad en temáticas especiales... (Ritto 2015)