

## LOS CONTRATOS DE CONSUMO EN EL PROYECTO DE CÓDIGO CIVIL 2012

por ESTEBAN JAVIER ARIAS CÁU (\*)

*Sumario: I.- Introducción. II.- Algunos reparos sobre el método. III.- Teoría general del contrato. IV.- La noción de consumidor. V.- Contrato de consumo. VI.- Interpretación del contrato de consumo. VII.- Conclusiones preliminares*

### PRESENTACIÓN

Quisiera agradecer al Presidente del Colegio de Abogados de Jujuy, en su carácter de anfitrión de estas “Jornadas de actualización sobre el Proyecto de Código Civil 2012” y en su nombre a todos los integrantes de esta institución, como también a las entidades organizadoras y sus responsables, quienes han colaborado desinteresadamente para contribuir al éxito de las mismas. Por último, reconocer —también— a los disertantes quienes nos visitan hoy en nuestra provincia y se han prestado generosamente para contribuir al armado de las mismas.

#### *Un sencillo Homenaje*

Empero, de modo previo, quisiera brindar un sencillo homenaje al querido maestro Atilio Aníbal ALTERINI quien nos dejó hace pocos días para ir al descanso eterno.

Sin duda fue un civilista de nota, eximio maestro, precursor de nuevos horizontes en el desarrollo de la responsabilidad civil, pero más que nada, uno de los Padres Fundadores de nuestro “Derecho de defensa del Consumidor”. En efecto, conjuntamente con Roberto López CABANA y Gabriel STIGLITZ redactaron un “Anteproyecto de Ley”, que fuera el germen para la Ley 24.240 de Defensa de los Consumidores.

En este tiempo de reforma y modificación del Código Civil cabe reconocer también que integró dos comisiones que dieron origen al “Proyecto de Unificación de la Legislación Civil y Comercial de la Nación” (Proyecto de 1987, Ley 24.032) y al “Proyecto de Código Civil para la República Argentina de 1998”.

Recuerdo que en el año 2010, mientras organizábamos las Jornadas de Responsabilidad Civil en “Homenaje al Profesor René A. Padilla”, que contó con la presencia del Presidente de la Corte Suprema de Justicia Dr. Ricardo L. LORENZETTI, se nos ocurrió invitarlo a participar para que pudiera estar presente en tan magno acto. La razón era sencilla: Había prologado el último libro de Padilla, “Sistema de Responsabilidad Civil”. Lamentablemente, por razones de agenda y de salud, no pudo acompañarnos...

Por lo tanto, me gustaría concluir esta reminiscencia con unas palabras que el propio PADILLA le dedicó en sus *Palabras preliminares*, titulada “Dos explicaciones y un homenaje”, y que decía así: “Para terminar, ofrendamos este libro en homenaje al mentado —ALTERINI— como el más genuino representante y cultor de la doctrina jurídica mal apellidada de Daños. Y este homenaje recepticio sólo ansía como respuesta de los representados que la obra sea leída y, acaso, las ideas que la sostienen se conviertan en realidades para concretar de una vez aquella ingenua pero buscada perogrullada de dar a cada uno lo suyo<sup>2</sup>”.

---

<sup>1</sup>(\*) Secretario de la Sede Jujuy, Instituto Noroeste de Derecho y Ciencias Sociales, dependiente de la Academia Nacional de Derecho y Ciencias Sociales de Córdoba. Profesor Adjunto de Derecho Civil III, Universidad Católica de Santiago del Estero, DASS.

Conferencia brindada en el marco de las Jornadas de actualización, que se realizaron el día 1 de noviembre de 2012, en el Salón “Rafael H. Reyes” del Colegio de Abogados y Procuradores de Jujuy, organizadas por el Instituto de Derecho Civil del mentado Colegio y la Secretaría Académica de la Caja Previsional para Abogados y Procuradores (CAPSAP), bajo el auspicio académico de la Secretaría Sede Jujuy, “Instituto Noroeste de Derecho y Ciencias Sociales”, dependiente de la Academia Nacional de Derecho y Ciencias Sociales de Córdoba, y que contó con presencia de los Dres. ALEJANDRO BORDA Y ERNESTO C. WAYAR.

<sup>2</sup> PADILLA, René A., *Sistema de la Responsabilidad Civil*, Abeledo-Perrot, Buenos Aires, 1997, pág. 14.

## I.- INTRODUCCIÓN

El tema propuesto para esta conferencia son los contratos de consumo en el Proyecto de reforma y actualización del Código Civil; aunque, en rigor, como veremos en seguida, excede su ámbito y desarrollo, porque implica conocer previamente algunas nociones de derecho del consumidor.

El derecho del consumidor ingresó al ordenamiento nacional en el año 1993 por intermedio del contrato de consumo, con el dictado de la ley 24.240 (LDC) con una clara finalidad tuitiva de un sujeto de derecho denominado consumidor o usuario.

El Proyecto de Código Civil propone ahora su incorporación al texto normativo general, lo cual avizoramos produce —y producirá— una modificación relevante en la teoría general del contrato, circunstancia que no era desconocida por la doctrina especializada que ya venía promoviendo estas consecuencias. Por lo tanto, comenzaremos con algunas nociones del derecho del consumidor y su impacto en la teoría general del contrato, con la categorización del contrato de consumo, que por su importancia ha sido implícitamente elegido como tema para la Comisión de Contratos<sup>3</sup> de las “XXIV Jornadas Nacionales de Derecho Civil” a realizarse en 2013 en la ciudad de Buenos Aires.

Para ello, nos proponemos esbozar una breve descripción del panorama del derecho vigente para luego si ingresar de lleno en el texto proyectado.

Sin perjuicio de ello, corresponde adelantar que la incorporación del consumidor en el Código Civil y Comercial unificado culmina una paciente labor de la doctrina y de la jurisprudencia especializada que perseguía la *estabilización* del régimen protectorio de defensa del consumidor, porque existe un marcado consenso en torno a considerar al consumidor como un sujeto de derechos digno de protección en el sistema codificado. En efecto, si bien desde el punto de vista jerárquico la protección constitucional brindada por el art. 42 de la Constitución Nacional a la relación de consumo consolidó la defensa del consumidor como un derecho de tercera generación, no es menos cierto que la ley 24.240 a lo largo de sus casi 20 años de vigencia sufrió modificaciones o retoques que implicaron avances y retrocesos que conspiraron contra su aplicación por los tribunales.

Compartiendo la autorizada opinión de STIGLITZ, creemos que el ingreso al Código Civil “traerá aparejado un incremento en su eficacia, por un mayor conocimiento y compromiso de los operadores jurídicos en su aplicación (...) y beneficia también la estabilidad del sistema, para que no sea modificado reiteradamente por algunas cuestiones insignificantes<sup>4</sup>”.

## II.- ALGUNOS REPAROS SOBRE EL MÉTODO

### II.1 *El derecho del consumidor en los Proyectos anteriores*

El Proyecto de Unificación de la Legislación Civil y Comercial de la Nación, conocido como Proyecto de 1987 o Código único, no incluyó normas relativas al derecho del consumidor de modo sistemático. En efecto, por aquellos años nuestra disciplina era sólo objeto de tratamiento en Jornadas especializadas y con gran empuje de la doctrina, pero carecía de un régimen propio. Sin embargo, es cierto, que dicho Proyecto sí trató sobre la responsabilidad por productos elaborados que constituye un germen del actual art. 40 de la LDC.

Como antecedentes relevantes no podemos dejar de recordar el célebre “Anteproyecto de Ley” elaborado por Atilio A. ALTERINI, Roberto LÓPEZ CABANA Y Gabriel STIGLITZ, y que constituyó el fundamento y antecedente directo de la ley 24.240.

El Proyecto de la Comisión designada por Decreto 468/92, o Proyecto del Poder Ejecutivo de 1993 tampoco incluyó normas específicas, referidas al régimen del consumidor.

El Proyecto de Código Civil de 1998 tampoco incluyó normas del derecho del consumidor, pero por distintas razones y que fueron explicitadas por la Comisión designada en

<sup>3</sup> Acta de fecha 11/09/12, labrada en la sede la Pontificia Universidad Católica Argentina, 4º) Comisión de Contratos “Nuevas perspectivas de la teoría general del contrato”.

<sup>4</sup> STIGLITZ, Gabriel A., “La defensa del consumidor en el Proyecto de Código Civil y Comercial”, La Ley, 29/10/12, pág. 1; idem en *Revista de Derecho Comercial, de la Empresa y del Consumidor*, La Ley, Buenos Aires, 2012, pág. 61 y sig.

sus Fundamentos a saber: *a)* No se desconocían experiencias extranjeras, como el Código Civil de Quebec<sup>5</sup> que incluían al consumidor en su articulado; *b)* Pero, se consideró prudente mantener la condición de microsistema o régimen especial, a pesar del disenso de autores de fuste, como Jorge MOSSET ITURRASPE<sup>6</sup>.

En nuestros días, sin embargo, luego de un parto complicado, el derecho de defensa del consumidor habiéndose ya desarrollado y alcanzado su madurez, compartimos la opinión de Atilio ALTERINI que en el año 2009 expresaba que el tema central no es la unificación de las obligaciones civiles y comerciales, sino “establecer cómo se articulará el nuevo sistema de reglas y principios, y cuál será el perfil en ese sistema del derecho civil y el derecho comercial que conocemos –unificado o no-, ante la irrupción expansiva del derecho de las relaciones de consumo”<sup>7</sup>.

## II.2 *Ubicación elegida*

Pues bien, a diferencia de sus antecesores, el Proyecto de Código Civil y Comercial de 2012 regula en el Libro Tercero “Derechos Personales”, Título III “Contratos de consumo”, en cuatro capítulos y en solo 30 artículos —a partir de los arts. 1092 al 1122— algunos tópicos relativos al derecho del consumidor ya sea en materia de relación de consumo, formación del consentimiento, modalidades especiales y cláusulas abusivas.

El capítulo 1 *Relación de consumo* regula la “Relación de consumo. Consumidor” (art. 1092), “Contrato de consumo” (art. 1093), “Interpretación y prelación normativa” (art. 1094) y la “Interpretación del contrato de consumo” (art. 1095).

El capítulo 2 *Formación del consentimiento* que incluye dos secciones: 1º) Prácticas abusivas (arts. 1096 a 1099); 2º) Información y publicidad dirigida a los consumidores (arts. 1100 a 1103).

El capítulo 3 *Modalidades especiales* prescribe sobre “Contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales (art. 1104), “Contratos celebrados a distancia” (art. 1105), “Utilización de medios electrónicos” (art. 1106), “Información sobre los medios electrónicos” (art. 1107).

El capítulo 4 *Cláusulas abusivas* determina las “Normas aplicables” (art. 1117, “Control de incorporación” (art. 1118), “Regla general” (art. 1119), “Situación jurídica abusiva” (art. 1120), “Límites” (art. 1121), “Control Judicial” (art. 1122).

En los “Fundamentos” se explica la decisión de seguir un método *diferente* al del Proyecto de Código Civil de 1998 que en la definición de contrato especificaba cinco subtipos (art. 899), distinguiéndose entre el contrato discrecional, predispuesto, condiciones generales y celebrado por adhesión. Por el contrario, ahora se proponen sólo tres títulos dentro del Libro Tercero: 1º) Contratos en general; 2º) Contratos de consumo y 3º) Contratos en particular.

De esta manera, se expresa que “corresponde regular los contratos de consumo atendiendo a que no son un tipo especial más (ejemplo: la compraventa), sino una *fragmentación* del tipo general de los contratos, que influye sobre los tipos especiales (ejemplo: compraventa de consumo) y de allí la necesidad de incorporar su regulación en la parte general”<sup>8</sup>.

<sup>5</sup> Arts. 1384, 1425 a 1427, del Código Civil de Québec. Fundamentos del Proyecto de Código Civil de 1998, Nº 159.

<sup>6</sup> Cfr., MOSSET ITURRASPE, Jorge, “Del micro al macro sistema y viceversa. El diálogo de las fuentes”, en RDPyC, *Consumidores*, Rubinzal Culzoni, Santa Fe, 2009, 1, pág. 16 y sig., afirmando enfáticamente que: “Nos preocupa la indiferencia de los proyectos de reforma respecto de las normas incorporadas al microsistema del consumidor”. Luego en la nota 32 agrega: “De ninguna manera admitimos o justificamos una *reforma que margine el Derecho del Consumidor*, como ocurriría con el Proyecto de Reforma y Unificación de 1998; la incorporación al Código Único de Derecho Privado de los temas básicos o fundamentales del *microsistema* produciría su *aggiornamento*, con un enorme beneficio para el Derecho, su credibilidad y eficacia. Nos referimos a temas tales como: la información, la publicidad, los riesgos o peligros, los vicios o defectos, las garantías, el combate contra la usura o los aprovechamientos, y tantos otros”.

<sup>7</sup> ALTERINI, Atilio A, “Unificación de las obligaciones civiles y comerciales”, en *Homenaje a los Congresos de Derecho Civil (1927-1937-1961-1969)*, Academia Nacional de Derecho y Ciencias Sociales de Córdoba, Córdoba, 2009, t. I, pág. 88.

<sup>8</sup> “Fundamentos del Anteproyecto de Código Civil y Comercial de la Nación”, en el *Proyecto de Código Civil y Comercial de la Nación*, Título II: Contratos en general, La Ley, Buenos Aires, pág. 518.

Ello implica establecer una protección *mínima* que tiene efectos importantes: “a.- En materia de regulación, ello implica que no hay obstáculos para que una ley especial establezca condiciones superiores. b.- Ninguna ley especial en aspectos similares pueda derogar esos mínimos sin afectar el sistema. El Código, como cualquier ley, puede ser modificado, pero es mucho más difícil hacerlo que con relación a cualquier ley especial. Por lo tanto, estos “mínimos” actúan como un núcleo duro de tutela. c.- También es considerable el beneficio en cuanto a la coherencia del sistema, porque hay reglas generales sobre prescripción, caducidad, responsabilidad civil, contratos, del Código Civil que complementan la legislación especial proveyendo un lenguaje normativo común. d.- En el campo de la interpretación, se establece un “diálogo de fuentes” de manera que el Código recupera una centralidad para iluminar a las demás fuentes. El intérprete de una ley especial recurrirá al Código para el lenguaje común de lo no regulado en la ley especial y, además, para determinar los pisos mínimos de tutela conforme con el principio de interpretación más favorable al consumidor<sup>9</sup>”.

### II.3 Crítica metodológica

Empero, nos preguntamos ¿era necesario regular sobre la relación de consumo en el Código Civil, cuando ya se encuentra definida en el art. 3 de la LDC? Los primeros comentarios al respecto fueron discordantes. Para algunos, como Dante RUSCONI, “no era necesario que el CCCU definiera a la relación de consumo, concepto que reitera de manera literal al contemplado en el artículo 3 de la LDC<sup>10</sup>”. Para otros, como NICOLAU y HERNÁNDEZ, afirman que siguiendo un método gramatical, histórico y hermenéutico resulta claro que la relación de consumo comprende al contrato, y que ello además se sigue de los Fundamentos del Proyecto<sup>11</sup>.

Supongamos por hipótesis que era conveniente y respondemos afirmativamente, entonces, ¿por qué su ubicación dentro de los contratos de consumo?

En efecto, la *doctrina* ha definido la relación de consumo como el “vínculo jurídico de fuente legal que liga al proveedor de bienes o servicios con el consumidor que los adquiere o utiliza como destinatario final, así como con todos aquellos que se ven afectados por sus consecuencias o, en general, por la actividad de los proveedores<sup>12</sup>”. Por su parte, la LDC, en su art. 3, expresa que la “relación de consumo es el vínculo jurídico entre el proveedor y el consumidor”. De ambas nociones se advierte, por tanto, que la relación de consumo *excede* la fuente contractual, entonces no se comprende su definición dentro del capítulo que regula a los contratos de consumo.

Por nuestra parte, creemos que el método no es el adecuado y por lo tanto la explicación anterior no nos convence, por dos motivos: En primer lugar, estamos indagando cuestiones metodológicas, por lo cual el rigor debe ser extremo, mucho más aún cuando también se ha criticado la propia ley 24.240 en materia de método; por ejemplo, con la ubicación del art. 50 que trata sobre la prescripción liberatoria incluido en el capítulo XII) de “Procedimientos y sanciones”, afirmándose que la institución es de carácter sustancial y no puede regularse dentro de la materia procedimental. En segundo lugar, parafraseando a LÓPEZ DE ZAVALÍA, diremos que las notas no son ley y, en sentido analógico, los Fundamentos tampoco lo son por lo cual que se reconozca allí el distingo entre relación y contrato de consumo no es óbice para legislar incorrectamente.

A modo de síntesis, afirmamos que por razones de método, si era necesario incluir la definición de la relación de consumo en el Código Civil, pero que debió haberse ubicado dentro del título I “Obligaciones en general”, toda vez que existe consenso en la doctrina que la relación de consumo, entendida como el vínculo jurídico que une al consumidor con el proveedor, *exorbita* la materia contractual abarcando también los actos jurídicos unilaterales, los actos ilícitos hasta el hecho de consumo, en una noción más amplia y abarcativa.

<sup>9</sup> “Fundamentos del Anteproyecto de Código Civil y Comercial de la Nación”, en el *Proyecto de Código Civil y Comercial de la Nación*, Título II: Contratos en general, La Ley, Buenos Aires, pág. 518 y sig.

<sup>10</sup> Cfr., RUSCONI, Dante D., “Título III, Capítulo I” y “Anexo II” de modificaciones a la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor, ponencia presentada en la Audiencia Pública del 13/09/2012, en el Rectorado de la Universidad Nacional de la Plata, ante la Comisión Bicameral para la Reforma, Actualización y Unificación de los Códigos Civil y Comercial de la Nación.

<sup>11</sup> NICOLAU, Noemí L. – HERNÁNDEZ, Carlos A., “Breve análisis acerca de la relación de consumo y sus fuentes y de algunas normas que incorpora en esta materia el Proyecto de Código civil y comercial de 2012”, en RIVERA, Julio C. (Director), *Comentarios al Proyecto de Código Civil y Comercial de la Nación*, Abeledo Perrot, Buenos Aires, 2012, pág. 578.

<sup>12</sup> ZENTNER, Diego H., *Contrato de consumo*, La Ley, Buenos Aires, 2010, pág. 68.

La relación de consumo es, a nuestro juicio, una *especie* dentro del género relación jurídica, pero restringida a los denominados derechos personales o de crédito, compuesta de sujetos, objeto y causa<sup>13</sup>. Es decir, se trata de un ligamen jurídico que une o sujeta a un acreedor con un deudor sobre una prestación de contenido patrimonial, caracterizándose esta relación por la desigualdad estructural, de índole jurídica y económica, que permite considerar a una parte débil o *profano* y a la otra como fuerte o profesional: El primero recibe el nombre de *consumidor* o usuario y el segundo es llamado *proveedor* de bienes o servicios.

De este modo se ha ampliado la noción contractual del consumidor extendiendo su aplicación a aquellos supuestos que implican otras fuentes<sup>14</sup>, como la *voluntad unilateral*, *el acto ilícito y por supuesto el contrato*, que es la denominada relación de consumo, legislada en el art. 3 de la LDC. En otros términos, se ha pasado *del acto de consumo al hecho de consumo*, entendido como relación de consumo en sentido amplio.

#### II.4 Modificaciones a la ley 24.240

El Proyecto modifica la LDC en pocos artículos, pero lo hace de un modo trascendente, lo cual ha sido motivo de disfavor por parte de cierta doctrina<sup>15</sup>. Así, modifica la noción de consumidor en el art. 1º; el art. 8 en materia de heterointegración de la publicidad con la oferta; el art. 40 *bis* denominado daño directo y proyectado como *indemnizaciones en sede administrativa*; modifica el art. 50 en materia de prescripción liberatoria; el art. 52 *bis* denominado daño punitivo y ahora proyectado como *sanción pecuniaria disuasiva*.

### III.- TEORIA GENERAL DEL CONTRATO DE CONSUMO

#### III.1 Generalidades.

En la concepción *tradicional* de los códigos decimonónicos el contrato era el instrumento ideal para la circulación de la riqueza, que coordinaba intereses contrapuestos, a través de la negociación de las partes que se encontraban en un pie de igualdad. Es decir, que gozaban de amplia libertad de conclusión y de configuración siendo la *voluntad* la única fuente jurídica. El contrato se analizaba desde un punto de vista individual, como institución privada, por lo cual era considerado como una ley privada para las partes, sujeta al principio del *pacta sun servanda*, donde sus efectos no pueden beneficiar ni perjudicar a terceros. Empero, su límite está constituido por el orden público, la moral y buenas costumbres, lo cual ha sido denominado por GHERSI como un *orden público moral*.

En cambio, en la concepción *moderna*, especialmente a partir de la producción en masa de bienes y servicios que origina la sociedad de consumo, el paradigma del contrato se modifica y pasa a utilizarse la técnica de la adhesión, produciéndose un desequilibrio entre las partes tornándose como un instrumento de opresión económica y jurídica. La fuente de las obligaciones se reparte entre la ley, por intermedio del Estado y la voluntad de las partes. El contrato pasa a ser considerado como *institución social*. La libertad de conclusión sufre severas limitaciones derivando en el contrato forzoso en los casos de monopolios de hecho o derecho; por su parte, la libertad de configuración es restringida derivando en el contrato predispuesto en el cual es redactado por una de las partes. Empero, ahora el límite es el *orden público económico* porque regula las relaciones económicas, por intermedio del orden público de dirección que interviene en el contrato; y el orden público de protección que tutela situaciones de debilidad.

Por último, con la incorporación del contrato de consumo como figura estelar que regula las relaciones jurídicas entre el proveedor y el consumidor, pone en crisis los tipos contractuales conocidos.

#### III.2 Su relación con el derecho civil.

<sup>13</sup> Conf., ZENTNER, Diego H., *Contrato de consumo*, La Ley, Buenos Aires, 2010, pág. 68: “La relación de consumo no es otra cosa que una relación jurídica, esto es, una relación humana regulada por el Derecho, compuesta de sujetos, objeto y causa fuente”.

<sup>14</sup> Cfr., ZENTNER, Diego H., *Contrato de consumo*, La Ley, Buenos Aires, 2010, pág. 69: “...la relación de consumo reconoce diversas causas fuentes, como el propio contrato de consumo (art. 1º, parr. 1º), pero también hechos lícitos (art. 1º, párr. 2º), hechos ilícitos (art. 4º) y declaraciones unilaterales de voluntad (arts. 7º y 8º)”.

<sup>15</sup> Cfr., RUSCONI, Dante D., “Titulo III, Capítulo I” y “Anexo II” de modificaciones a la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor, ponencia presentada en la Audiencia Pública del 13/09/2012, en el Rectorado de la Universidad Nacional de la Plata, ante la Comisión Bicameral para la Reforma, Actualización y Unificación de los Códigos Civil y Comercial de la Nación.

Existen diversos aspectos en los cuales el derecho del consumidor prescribe soluciones contrarias a las previstas en el derecho civil *vigente*, y que puede resultar de interés enumerar:

### III.2.1 Autonomía privada.

El derecho civil regula los contratos otorgando primacía a la libertad de conclusión y de configuración de las partes, respetando la autonomía privada, complementándola con el *derecho supletorio* para todo aquello que las partes no hayan previsto expresamente y restringiéndola para algunos casos, mediante el orden público imperativo (ej. plazo máximo de locación)

El derecho del consumidor, por el contrario, brinda *preeminencia* a la igualdad de las partes, restableciendo el equilibrio contractual o de posición, siendo marcadamente intervencionista, tiñéndose todo su contenido con el orden público protectorio (art. 65, LDC).

### III.2.2 En materia de nulidades.

En el derecho civil las nulidades son expresas y conducen a la frustración del negocio o del acto jurídico, con carácter retroactivo.

En el derecho del consumidor, en cambio, hay nulidades *virtuales* y pretenden el mantenimiento del acto jurídico, favoreciendo al consumidor que quiere o desea el bien o que el servicio se lleve a cabo.

### III.2.3 Cláusulas abusivas.

El derecho civil protege lo pactado por las partes, a rajatabla, introduciendo los principios generales de la buena fe o el abuso del derecho, que se aplican excepcionalmente. Empero, el control es posterior al perfeccionamiento del acuerdo de las partes y se realiza por el juez, dejándose sin efecto aquellas cláusulas del caso concreto.

El derecho del consumidor ejerce un férreo control de las cláusulas abusivas, ya sea conteniendo un tipo abierto o bien un elenco de cláusulas que se estiman abusivas, incluyéndose tanto un control de *incorporación* de carácter previo, por lo general de índole administrativo (ej. pólizas de seguros) como de *contenido* de carácter posterior, cuyo efecto consiste en determinar la ineficacia parcial, en virtud que se mantiene o se pretende mantener vivo el negocio jurídico (art. 37, LDC), debiéndose integrar el contrato por el juez.

### III.2.4 Efecto relativo de los contratos.

El derecho civil diseñó el principio del efecto relativo de los contratos, establecido en el art. 1195 del Cód. Civil, que prescribe que “los contratos no pueden perjudicar a terceros”.

El derecho del consumidor lo hirió de muerte al establecer la imputación de daños, con responsabilidad solidaria, a todos aquellos sujetos incluidos en el proceso de producción y comercialización del bien o producto (art. 40), y que no han celebrado contrato alguno.

### III.2.5 Responsabilidad precontractual.

En el derecho civil se establece que las partes son libres de negociar y de apartarse de las tratativas, siempre y cuando no se haga de un modo intempestivo, estableciéndose la responsabilidad de modo excepcional. No existe regulación específica, infiriéndose del principio de buena fe (art. 1198, Cód. Civil).

En el derecho del consumidor, en cambio, hay una regulación del *marketing*, publicidad, prácticas comerciales, estableciéndose una responsabilidad precontractual mas acentuada.

### III.2.6 Apartamiento intempestivo de las negociaciones.

El derecho civil tiende a considerar el apartamiento abrupto de las negociaciones previas como un supuesto de violación del principio de buena fe. El derecho del consumidor, en cambio, *facilita* el apartamiento del consumidor mediante el ejercicio del derecho de receso o de arrepentimiento.

### III.2.7 Oferta al público.

El derecho civil considera la oferta al público como una invitación a ofertar (art. 1148, Cód. Civil) En cambio, el derecho del consumidor, la considera como una verdadera oferta, y por ende vinculante. (art. 7, LDC), especialmente “cuando la oferta recae sobre bienes de consumo o uso masivo, ordinario y generalizado, pues en el momento de ser efectuada la oferta, ésta va

dirigida tanto a los consumidores que resulten encuadrados en la tutela legal (art. 1º) como a quienes, en virtud de circunstancias especiales al momento de contratar, no lleguen a estarlo, ya que en oportunidad de efectuarse la oferta no hay cómo distinguir a unos de otros<sup>16</sup>.

### III.2.8 El silencio.

En el derecho civil el silencio puede significar aceptación (art. 919, Cód. Civil). En el derecho del consumidor, en cambio, sucede lo contrario.

### III.2.9 La interpretación.

La interpretación del negocio jurídico contractual en el Derecho Civil intenta desentrañar la intención común, lo que las partes quisieron decir. En cambio, en el derecho del consumidor, en caso de duda, se interpreta *siempre* a favor del consumidor (art. 3, LDC).

### III.2.10 La responsabilidad contractual. La conexidad

## III.3 Clasificación

Para comprender y ordenar los distintos esquemas de los que se sirven los particulares, el pensamiento jurídico ha recurrido a diversas herramientas, y de este modo se ha construido la teoría general del contrato. Precisamente, una de las principales herramientas ha sido “la elaboración de tipos, referidos a la descripción de las diversas clases de contratos que pueden celebrarse, y cuyas estructuras son una suerte de concreción en el caso de lo dispuesto en la parte general<sup>17</sup>”. Por ejemplo, el contrato de compraventa como el tipo estrella en materia de contratos de cambio.

La doctrina clasifica a los contratos según los tipos, básicamente, en dos grandes grupos: *a)* Clasificación técnico jurídica; *b)* Clasificación según la finalidad económica social. Según la teoría clásica, los contratos podían agruparse por categorías, dando origen a la clasificación técnico-jurídica y que era tarea propia de la doctrina, no de los códigos. Por ejemplo, los contratos pueden ser unilaterales o bilaterales; gratuitos u onerosos, típicos o atípicos, etc.

Sin embargo, de modo reciente, se ha adoptado otra clasificación que aborda la clasificación de los contratos teniendo en cuenta la *función económico-social* que éstos cumplen en la realidad social<sup>18</sup>. Es decir, ponen el acento en la utilidad social que prestan, permitiendo agruparlos en contratos de cambio o de colaboración, de crédito o de garantía, de custodia o esparcimiento, etc.

También es factible distinguir a los contratos en tres grandes sectores<sup>19</sup>, a saber: *a)* Los contratos *discrecionales* o paritarios regulados por la autonomía privada y las normas de orden público de coordinación, que adoptan un estándar de sociabilidad basados en la buena fe, abuso del derecho, etc.; *b)* Contratos celebrados *por adhesión* que se caracterizan porque una de las partes redacta o predispone las cláusulas contractuales, quedando a la otra parte la opción de aceptarlas o rechazarlas, aplicándose reglas especiales de interpretación (contra proferentem) y un orden público de protección. Se ha dicho que constituyen una “categoría intermedia entre los contratos discrecionales y los de consumo<sup>20</sup>”; *c)* El contrato de *consumo* se perfecciona cuando hay sujetos (consumidor, proveedor), objeto y causa de consumo, dentro de una relación de consumo y se rige por la LDC. En esta categoría, puede ser celebrado o no por adhesión a condiciones generales de la contratación, siendo más intensa la protección del orden público de protección.

<sup>16</sup> FARINA, Juan M., *Contratos comerciales modernos, 2ª edición actualizada y ampliada*, Astrea, Buenos Aires, 1997, pág. 30 y sig.

<sup>17</sup> LORENZETTI, Ricardo L., “Contratos modernos: ¿Conceptos modernos? Nuevos aspectos de la teoría del tipo contractual mínimo. Problemas contractuales típicos. Finalidad supracontractual y conexidad”. La Ley, 1996-E, 851.

<sup>18</sup> Cfr., GONZÁLEZ, José E., TINTI, Guillermo P., CALDERÓN, Maximiliano R., RIBA, Marian A., *Teoría general de los contratos*, Ábaco, Buenos Aires, 2004, pág. 103.

<sup>19</sup> LORENZETTI, Ricardo L., *Tratado de los contratos. Parte General*, 1ª edición, Rubinzal Culzoni, Buenos Aires, 2004, pág. 680.

<sup>20</sup> LORENZETTI, Ricardo L., *Tratado de los contratos. Parte General*, 1ª edición, Rubinzal Culzoni, Buenos Aires, 2004, pág. 680.

El Proyecto Lorenzetti<sup>21</sup> adopta esta última postura doctrinaria, puesto que regula de modo autónomo el contrato por adhesión. Así, se ha dicho que “pregona un triple régimen: i) Contrato discrecional —el contrato actual de la Parte General del Código Civil—, ii) Contrato por adhesión a cláusulas generales predispuestas, iii) Contrato de consumo”<sup>22</sup>.

Por nuestra parte, preferimos aquella clasificación que los distingue, desde el punto de vista subjetivo, en tres grandes tipos generales de contratos que permiten abarcar la mayoría de los contratos, tanto civiles como comerciales, que se perfeccionan en la sociedad organizada. Ellos son: 1º) Los Contratos negociados o paritarios, regulados por el código civil; 2º) Los contratos entre empresas, regulados por la legislación y la costumbre mercantil; 3) La contratación de consumo, regulada por la ley 24.240 y la legislación complementaria.

Entendemos por contratos *discrecionales* o paritarios aquellos en que las partes se encuentran en igualdad de condiciones, tanto jurídicas como económicas, que les permiten gozar de libertad de conclusión y de configuración del contenido del contrato. Los contratos entre empresas o empresariales son aquellos en que ambas partes son empresarios, individuales o sociales, que tienen por objeto perfeccionar actos de comercio o contratos interempresariales.

Por último, son contratos de consumo aquellos en los cuales una de las partes es un consumidor o usuario y la otra es un proveedor, que tienen por objeto la adquisición de un bien o la prestación de un servicio, teniendo como destinatario final al consumidor, para su beneficio propio, o de su grupo familiar o social. Cada uno de estos tipos generales “reconocen una gama de rasgos conceptuales comunes entre sí, en cuanto contratos, pero admiten principios especiales y regulaciones disímiles, con notas virtualmente estatutarias”<sup>23</sup>.

#### IV. LA NOCIÓN DE CONSUMIDOR

De modo preliminar, debemos precisar algunos términos que deben distinguirse. Ellos son: *consumidor*, *consumismo* y *consumerismo*.

El primer término, puede analizarse desde un punto de vista económico o jurídico, como veremos más abajo. El segundo término, el vocablo *consumismo* deriva de la teoría económica y tiene su razón de ser en la “adquisición y utilización casi incontrolada, poco racional, de bienes o servicios de todas clases, como resultado de la incitación hecha por los empresarios para el aumento del consumo más allá de la satisfacción de las necesidades”<sup>24</sup>. Por último, el término *consumerismo*, por el contrario, se opone al consumismo en cuanto trata de encauzar esa demanda desbordada e irracional y “comprende en todos sus aspectos el complejo jurídico destinado a la protección de los consumidores”<sup>25</sup>.

##### IV.1 Denominación de nuestra disciplina.

La disciplina que nos ocupa posee, con relación su denominación, dos grandes tendencias en la doctrina de los autores, que se fundamenta en la visión dogmática y la legislación aplicable en el derecho comparado.

Para una primera opinión, nuestra materia se inserta como un capítulo dentro del “derecho de la regulación económica”, de origen público, como el *Derecho del consumo*<sup>26</sup> o *Derecho*

<sup>21</sup> El lector se preguntará la razón de denominar al Proyecto de unificación y reforma del Código Civil, como Proyecto Lorenzetti, en virtud que los textos se independizan de sus autores y ahora es el Proyecto del Poder Ejecutivo Nacional remitido a la Comisión Bicameral del Congreso para su análisis. A nuestro juicio existen dos diferencias sustanciales con relación a todos los anteriores proyectos, a saber: 1) Es la primera vez que en una comisión varios miembros son integrantes de un Poder del Estado, con cargo vigente. En las anteriores, todos —o casi todos— eran abogados de la matrícula o ex magistrados o juristas, que trabajaron *ad honorem*; 2) Si bien esta vez se recurrió a la herramienta de las subcomisiones, no es menos cierto que la Comisión designada por Decreto PEN 191/11 tiene un Presidente, algo así como un *Primus inter pares*, que en todas las comisiones anteriores no se daba. Por ello, compartiendo el criterio de Fernando LÓPEZ DE ZAVALÍA, por razones de comodidad de lenguaje hemos decidido designar al Proyecto con el nombre del Presidente de la comisión antedicha.

<sup>22</sup> Cfr., GASTALDI, JOSÉ M. Y GASTALDI, JOSÉ M., “Los contratos en general”, en RIVERA, Julio C. (Director), *Comentarios al Proyecto de Código Civil y Comercial de la Nación*, Abeledo Perrot, Buenos Aires, 2012, pág. 580.

<sup>23</sup> ZENTNER, Diego H., *Contrato de consumo*, La Ley, Buenos Aires, 2010, pág. 28.

<sup>24</sup> FARINA, Juan M., *Contratos comerciales modernos, 2ª edición actualizada y ampliada*, Astrea, Buenos Aires, 1997, pág. 258.

<sup>25</sup> FARINA, Juan M., *Contratos comerciales modernos, 2ª edición actualizada y ampliada*, Astrea, Buenos Aires, 1997, pág. 258.

<sup>26</sup> Comparte esta postura, entre otros: MOLINA SANDOVAL, Carlos A., *Derecho de consumo. Con la reforma de la ley 26.361*, Advocatus, Córdoba, 2008.

*económico*<sup>27</sup>. En efecto, desde esta óptica, la regulación del mercado comprende dos grandes ámbitos: *a)* Derecho de la competencia; *b)* Derecho del consumo.

Su rigurosidad lógica resulta impecable porque permite compatibilizar la oferta de bienes y servicios regulando la competencia, la publicidad y la lealtad comercial por una parte y, por el otro, el consumo sustentable. Se trata, a nuestro juicio, del derecho comercial clásico —también denominado hoy como empresario— que pretende regular la producción o intercambio de bienes o servicios, realizados en masa, por personas físicas o jurídicas, destinadas al mercado. Empero, el acento se pone sobre el *empresario*, la regulación del mercado (competencia y lealtad comercial), la transferencia de sociedades, etc.

Desde un punto de vista técnico y más amplio, se ha definido al *derecho económico* como “el conjunto de normas que rigen la organización de la economía por los poderes públicos y regulan las actividades económicas de las personas privadas y del Estado, a fin de dar cumplimiento a la política económica puesta en práctica por el Estado, como poder político, conforme a la ideología adoptada al respecto<sup>28</sup>”.

Para una segunda opinión, desde la órbita del derecho privado, la denominación correcta debería ser *Derecho de los consumidores*, o mejor dicho, *Defensa de los consumidores y usuarios*, porque se basa en el principio protectorio de una porción importante de sujetos jurídicos, que tiene raigambre constitucional, como un derecho fundamental de tercera generación. Además, se afirma que nace históricamente con una clara finalidad tuitiva en la mayoría de los regímenes que lo incorporaron a su ordenamiento jurídico, y su fundamento estriba en la situación de *vulnerabilidad* del consumidor, en el desequilibrio estructural, tanto jurídico como económico y de información, que posee frente al empresario<sup>29</sup>.

Por nuestra parte, participamos de esta segunda posición doctrinal en virtud que su origen legislativo primero (1993) ha adoptado expresamente esta denominación “Ley 24.240 de Defensa del consumidor<sup>30</sup>” y luego la modificación de nuestra Carta Magna (1994) al incorporar los derechos de los consumidores en su art. 42 ha consagrado, entre otros matices, la “protección de su salud, seguridad e intereses económicos”. Un detalle que no es menor, tiene que ver que han sido los cultores del derecho civil quienes más han estudiado, profundizado y propiciado el desarrollo de la materia de los consumidores, como una especie de contrapartida del derecho comercial o empresario.

#### IV.2 Generalidades

Se ha dicho por autorizada doctrina, que la *caracterización* del consumidor admite concepciones objetivas y subjetivas, y que en ambas podemos encontrar un componente positivo y otro negativo. Así, en las objetivas el elemento positivo consiste en la “exigencia de que el acto de intermediación sea realizado por un profesional del comercio, y el elemento negativo atañe al sujeto calificado como consumidor, que no debe actuar profesionalmente<sup>31</sup>”. En cambio, en las concepciones *subjetivas* el elemento positivo consiste en que el “sujeto debe destinar la adquisición a su uso personal o familiar; pero la calidad profesional del intermediario resulta indiferente<sup>32</sup>”.

Por nuestra parte, si bien utilizamos idéntica terminología que la postura doctrinaria citada, diferimos en el significado que otorgamos a los vocablos en donde *subjetivo* será relativo a las personas o sujetos que intervienen en la relación de consumo; y por el contrario, el término

<sup>27</sup> Es partidario de la denominación: FARINA, Juan M., *Contratos comerciales modernos, 2ª edición actualizada y ampliada*, Astrea, Buenos Aires, 1997, pág. 46.

<sup>28</sup> FARINA, Juan M., *Contratos comerciales modernos, 2ª edición actualizada y ampliada*, Astrea, Buenos Aires, 1997, pág. 46. Más adelante, en la página 59, incluye a la ley 24.240 como integrante del “moderno derecho protectorio; establece un criterio político destinado a tutelar a los consumidores y usuarios en todos sus aspectos”.

<sup>29</sup> Se ha dicho con razón que existen dos concepciones distintas al momento de abordar la disciplina. El derecho del consumo como un capítulo dentro del Derecho de la regulación económica o Derecho del mercado. O bien, el Derecho de los consumidores con fundamento en el principio protectorio. Conf., LORENZETTI, Ricardo L., *Consumidores*, 2ª ed. actualizada, Rubinzal-Culzoni Editores, Santa Fe, 2009, p. 8, quien comparte la segunda concepción.

<sup>30</sup> Boletín Oficial 15/10/93.

<sup>31</sup> Conf., ALTERINI, Atilio A., *Contratos. Civiles-comerciales-de consumo. Teoría general*. 1ª ed. (1998) - Reimpresión, Buenos Aires, Abeledo-Perrot, 2006, pág. 152. Más adelante, el autor considera que la definición objetiva ha sido adoptada por la ley 24.240 en su redacción originaria.

<sup>32</sup> ALTERINI, Atilio A., *Contratos. Civiles-comerciales-de consumo. Teoría general*. 1ª ed. (1998) - Reimpresión, Buenos Aires, Abeledo-Perrot, 2006, p. 152.

*objetivo* corresponderá a la materia u objeto de la relación de consumo, especialmente vinculado al contenido de aquella.

La característica fundamental consiste en que el consumidor contrate para su consumo final o beneficio propio, o de su grupo familiar o social, resultando a tales efectos sustancial el destino<sup>33</sup> que pensó darle al momento de perfeccionar el contrato. Por ello, se ha dicho con acierto, que el *consumidor* “es el sujeto de derecho que en ciertos contratos obtiene del proveedor (y excepcionalmente de otro consumidor), atribuciones con cierto destino<sup>34</sup>” y siendo el destino final del acto del consumo el “elemento determinante de la noción de consumo, que lo separa claramente de otros supuestos, referidos principalmente a la intermediación industrial o comercial<sup>35</sup>”.

#### IV.3 De las distintas posibilidades

Los Proyectos anteriores de unificación no trataron sistemáticamente el derecho de defensa del consumidor como tal, ya sea porque esta rama jurídica no había adquirido todavía mucho desarrollo a ese momento ni tampoco existía legislación específica (Proyecto de 1987); o bien, porque se consideró mantenerlo como un microsistema fuera del macrosistema (Proyecto de 1998).

Sin embargo, en el derecho comparado existen distintas variantes o posibilidades de técnica legislativa con respecto a la noción de consumidor y en torno al derecho del consumidor, y que puede ser de utilidad enumerarlas.

Se puede incluir o no al consumidor dentro del Código Civil o bien reservar su definición en una ley especial: *a)* La incorporación del consumidor en el Código Civil, criterio que ha sido seguido por el Código Civil Alemán<sup>36</sup>; *b)* Su definición y desarrollo dentro de una ley especial, opción de política legislativa que fuera seguida por la ley 24.240 y la “Ley General para la Defensa de los consumidores y usuarios” de España<sup>37</sup>.

En cuanto a *la noción de consumidor*, pueden adoptarse también variantes que se incrementan gradualmente: *a)* Una noción estricta o *minimalista* de consumidor aplicable sólo a las personas físicas<sup>38</sup>; *b)* Una noción intermedia que abarque al consumidor persona física y jurídica, pero en este último caso, sólo cuando se trate de asociaciones o fundaciones que persigan el bien común<sup>39</sup>; *c)* Una noción amplia que comprenda al consumidor como persona física y jurídica<sup>40</sup> sin distinción; *d)* Una noción *maximalista* de consumidor cuyo alcance contenga a la

<sup>33</sup> Conf., LÓPEZ DE ZAVALÍA, Fernando J., *Teoría de los contratos. Parte General*, t. 1, 4ª ed. (1997) Reimpresión, Zavallía, Buenos Aires, 2003, p. 139 nota 89.

<sup>34</sup> LÓPEZ DE ZAVALÍA, Fernando J., *Teoría de los contratos. Parte General*, t. 1, 4ª ed. (1997) Reimpresión, Zavallía, Buenos Aires, 2003, p. 136.

<sup>35</sup> LORENZETTI, Ricardo L., *Tratado de los contratos*, t. 1, 2ª ed., Rubinzal Culzoni, Santa Fe, 2004, p. 152.

<sup>36</sup> §13, BGB que expresa: “§13 Consumidor: Consumidor es toda persona natural que celebra un negocio jurídico con una finalidad que no guarda relación con su actividad profesional empresarial o autónomo”. Cfr., LAMARCA MARQUÉS, Albert (Director), *Código Civil Alemán y Ley de introducción al Código Civil*, Marcial Pons, Madrid, 2008, pág. 36.

<sup>37</sup> Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (LGDCU), mediante texto refundido del Real Decreto Legislativo 1/2007, art. 3: “A efectos de esta norma y sin perjuicio de lo dispuesto expresamente en sus libros tercero y cuarto, son consumidores o usuarios las personas físicas o jurídicas que actúan en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional”.

<sup>38</sup> En una primera opinión, considerando que el espíritu del consumidor abarca sólo a las personas físicas. Cfr., STIGLITZ, Gabriel, “Interpretación del contrato por adhesión entre empresas (El espíritu del derecho del consumidor está ligado a la defensa de las personas físicas)”, nota a fallo de la C. Nac. Civ., sala H, 22/09/1994, “Carrefour Argentina SA c. Kids and Co SRL”, LL 1995-C, 18-29. En su comentario afirma que: “Desde el punto de vista conceptual, son consumidores también las personas jurídicas, pero cuestión distinta es resolver si éstas requieren de una protección especial, conferida por un sistema jurídico específico. Parece incuestionable una respuesta negativa, pues la protección acentuada que se otorga al consumidor, se sustenta en la carencia de suficiente discernimiento y perspicacia en cuestiones económicas y jurídicas. Y ello no ocurre como regla con las personas jurídicas, que presuponen conocimiento y experiencia en el mercado, asistencia técnica, etcétera”. Conf., ALTERINI, Atilio A., LÓPEZ CABANA, Roberto M. y STIGLITZ, Gabriel, “La protección del consumidor en el marco de un proyecto de ley”, LL 1989-B, 1002. Ampliar en ARIAS CÁU, Esteban J., “Pautas de interpretación para los contratos entre empresas (Celebrados por adhesión)”, RDCO, 2001, págs. 787-805.

<sup>39</sup> Nuestra posición en las XXIII Jornadas Nacionales de Derecho Civil, San Miguel de Tucumán.

<sup>40</sup> En idéntico sentido, en Latinoamérica puede verse el Código de Consumidor de Brasil (art. 2); la Ley 17.250 de Uruguay (art. 2); la Ley 1.334 de Paraguay (art. 3); El reciente “Código de protección y defensa del consumidor de Perú”, Ley 29.571 de 2010, en su art. IV. (Definiciones) 1.1 Las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, actuando así en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. No se considera consumidor para efectos de este Código a quien adquiere, utiliza o disfruta de un producto o servicio normalmente

persona física y jurídica, al subconsumidor o consumidor fáctico, a los equiparados dentro de una relación de consumo y a los pequeños empresarios<sup>41</sup>; en suma, a todos aquellos sujetos que posean una debilidad estructural o hiposuficiencia que les impida gozar de sus derechos frente al proveedor.

El Proyecto Lorenzetti incorpora al consumidor en el Código Civil, siguiendo la metodología del BGB, y además lo define, con algunas modificaciones en comparación al Anteproyecto, como veremos luego. Desde ya, aplaudimos esta decisión porque implica reconocer la importancia superlativa que tiene el derecho de defensa del consumidor en nuestros días.

#### IV.4 La definición del consumidor

La noción de consumidor que utilizaremos deriva de la ciencia económica, quienes lo consideran un mero “sujeto de mercado que adquiere bienes o usa servicios para destinarlos a su propio uso o satisfacer sus propias necesidades, personales o familiares<sup>42</sup>”. La nota característica de este consumidor estriba en que es el término o fin de la cadena de comercialización, ya que consume el bien y no lo utiliza para incorporarlo a un proceso de producción. El proveedor, por el contrario, adquiere bienes o utiliza servicios como medios destinado a un proceso, ya sea de producción o de comercialización. En otras palabras, diríamos que el consumidor busca el *valor de uso*; en cambio, el proveedor pretende el *valor de cambio* del bien o servicio.

En el art. 1 de la LDC, según texto de la ley 26.361, se ha seguido una concepto amplio del consumidor, quizás hasta maximalista, pretendiendo alguna doctrina incluso contener a los casos de “pequeñas empresas que tienen una misma situación fáctica de vulnerabilidad<sup>43</sup>, pretensión que calificamos —siguiendo a LORENZETTI— de desacertada “toda vez que lleva a una banalización de la protección, que sería indiferenciada<sup>44</sup>”.

##### IV.4.1 El texto del Anteproyecto

El Anteproyecto define la relación de consumo y brinda una noción de consumidor, en estos términos: “ARTÍCULO 1092.- **Relación de consumo. Consumidor.** Relación de consumo es el vínculo jurídico entre un proveedor y un consumidor. Se considera consumidor a la persona física o jurídica que adquiere o utiliza, en forma gratuita u onerosa, bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, *siempre que no tenga vínculo con su actividad comercial, industrial, artesanal o profesional*. Queda equiparado al consumidor quien, sin ser parte de una relación de consumo como consecuencia o en ocasión de ella, adquiere o utiliza bienes o servicios, en forma gratuita u onerosa, como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social, *siempre que no tenga vínculo con su actividad comercial, industrial, artesanal o profesional*”.

En la definición propiciada se ha seguido el criterio de considerar consumidor, conforme los antecedentes de la ley 24.240, tanto a la persona física como jurídica que adquiera o utiliza bienes o servicios, a título gratuito u oneroso, siempre y cuando no tenga relación, directa o indirecta, con su actividad profesional.

De este modo, se intentaba limitar o restringir la noción para aquellos casos propios del régimen del consumidor, excluyéndose expresamente al denominado consumidor *empresario*. Este criterio tiene antecedentes en el derecho comparado, como el Código Civil Alemán en su §13 o el reciente Estatuto del Consumidor de Colombia en su art. 5, inc. 3º), cuando define al

---

destinado para los fines de su actividad como proveedor. En Europa, la LGDCU de España, según Real decreto Legislativo 1/2007, art. 3: “A efectos de esta norma y sin perjuicio de lo dispuesto expresamente en sus libros tercero y cuarto, son consumidores o usuarios las personas físicas o jurídicas que actúan en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional”.

<sup>41</sup> Conf., Código de protección y defensa del consumidor de Perú”, Ley 29.571 de 2010, en su art. IV. (Definiciones) 1.2: “Los microempresarios que evidencien una situación de asimetría informativa con el proveedor respecto de aquellos productos o servicios que no formen parte del giro propio del negocio”.

<sup>42</sup> WAJNTRAUB, Javier, *Protección jurídica del consumidor. Ley 24.240 y su reglamentación*, LexisNexis-Depalma, Buenos Aires, 2004, p. 22.

<sup>43</sup> Conf., FARINA, Juan M., *Defensa del consumidor...*, cit., pág. 2, quien afirma: “En nuestra opinión, la ley 24.240 debería prever la aplicabilidad de su normativa también a aquellos contratos en los que, aún cuando la parte débil no sea consumidor final, las circunstancias permiten advertir un evidente desequilibrio o falta de equidad en el contenido de la contratación, como consecuencia de la posición dominante en el mercado de una de las partes. También eso, de un modo u otro, repercute en el consumidor o usuario final: piénsese en el comerciante minorista frente a la gran empresa productora de bienes o servicios”.

<sup>44</sup> LORENZETTI, Ricardo L., *Consumidores...*, cit., pág. 87.

consumidor como: “Toda persona natural o jurídica que, como destinatario final, adquiera, disfrute o utilice un determinado producto, cualquiera que sea su naturaleza para la satisfacción de una necesidad propia, privada, familiar o doméstica y empresarial cuando no esté ligada intrínsecamente a su actividad económica. Se entenderá incluido en el concepto de consumidor el de usuario<sup>45</sup>”.

Se eliminaba de la definición al consumidor *expuesto*, que se encuentra actualmente regulado dentro del ámbito subjetivo de la LDC como también aquellos derechos referidos a los cementerios privados o clubes de campo o figuras afines, que tenía una función meramente ejemplificativa.

#### IV.4.2 El texto del Proyecto

Cabe adelantar que el Poder Ejecutivo reformó este artículo, pero fue el único supuesto no informado de los fundamentos ni tampoco de las razones de su cambio. Se propició un criterio conservador que impidiera delimitar con mayor rigor técnico la noción de consumidor. El Proyecto remitido por el Poder Ejecutivo Nacional prescribe:

“ARTÍCULO 1092.- **Relación de consumo. Consumidor.** Relación de consumo es el vínculo jurídico entre un proveedor y un consumidor. Se considera consumidor a la persona física o jurídica que adquiere o utiliza, en forma gratuita u onerosa, bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social. Queda equiparado al consumidor quien, sin ser parte de una relación de consumo como consecuencia o en ocasión de ella, adquiere o utiliza bienes o servicios, en forma gratuita u onerosa, como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social”.

Se ha opinado que este artículo no debió incluirse en el Código Civil, ya sea referido a la relación de consumo porque su ubicación acota sensiblemente su configuración, ya sea referido a la noción de consumidor incorporada porque elimina la noción de consumidor expuesto que se encuentra vigente en el régimen de la LDC, por ello se propicia su supresión<sup>46</sup>. En iguales términos, se ha mencionado que extralimita el Decreto 191/11 que en su considerando sexto afirma que “estas circunstancias tornan necesario proceder a actualizar y unificar la Legislación Nacional en materia de Derecho Privado, procurando elaborar una obra que, *sin sustituir la legislación especial*, contuviera una serie de principios generales ordenadores”.

La supresión del párrafo referido al criterio de la no profesionalidad ha sido receptado de diversas maneras por la doctrina. Así, para una primera opinión, se sigue el criterio de las Jornadas científicas manteniéndose al consumidor empresario —en tanto persona física o jurídica— como sujeto protegido porque se enfatiza como “elemento estructural de caracterización al consumo final, lo que supone que las personas físicas o jurídicas que desenvuelven actividades económico empresariales no pueden ser excluidas *a priori* del régimen de protección<sup>47</sup>”. Concluyendo que “vendrá a clausurar definitivamente este debate, el que aún tibiamente subsiste<sup>48</sup>”.

En una segunda opinión, se ha dicho que “Nuestra postura, claro está, no implica que lisa y llanamente todo profesional o empresario pueda hacer valer los preceptos de la ley 24.240 en su beneficio. Según nuestro modo de ver, el destino o utilización final y la actuación fuera del ámbito de su actividad profesional configuran la situación de vulnerabilidad del *consumidor-profesional*. Sólo aquellas empresas o comerciantes que adquieran bienes fuera de su ámbito de actividad profesional y, además, no los incorporen de manera directa a su actividad comercial o productiva, podrán acudir al auxilio del régimen específico en la materia<sup>49</sup>”. Esta postura es

<sup>45</sup> Ley 1480, “Estatuto del Consumidor”, de Colombia (Diario Oficial 48.220, de 12/10/2011)

<sup>46</sup> RUSCONI, Dante D., “Titulo III, Capítulo I” y “Anexo II” de modificaciones a la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor, ponencia presentada en la Audiencia Pública del 13/09/2012, en el Rectorado de la Universidad Nacional de la Plata, ante la Comisión Bicameral para la Reforma, Actualización y Unificación de los Códigos Civil y Comercial de la Nación.

<sup>47</sup> NICOLAU, Noemí L. – HERNÁNDEZ, Carlos A., “Breve análisis acerca de la relación de consumo y sus fuentes y de algunas normas que incorpora en esta materia el Proyecto de Código civil y comercial de 2012”, en RIVERA, Julio C. (Director), *Comentarios al Proyecto de Código Civil y Comercial de la Nación*, Abeledo Perrot, Buenos Aires, 2012, pág. 635.

<sup>48</sup> NICOLAU, Noemí L. – HERNÁNDEZ, Carlos A., “Breve análisis acerca de la relación de consumo y sus fuentes y de algunas normas que incorpora en esta materia el Proyecto de Código civil y comercial de 2012”, en RIVERA, Julio C. (Director), *Comentarios al Proyecto de Código Civil y Comercial de la Nación*, Abeledo Perrot, Buenos Aires, 2012, pág. 635.

<sup>49</sup> RUSCONI, Dante D., “Titulo III, Capítulo I” y “Anexo II” de modificaciones a la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor, ponencia presentada en la Audiencia Pública del 13/09/2012, en el Rectorado de la Universidad

aquella que denominamos como maximalista, y que pretende incluir dentro de la protección del derecho de defensa del consumidor a todas aquellas personas, físicas o jurídicas, que poseen una situación de vulnerabilidad.

Por nuestra parte, no compartimos la supresión o eliminación del párrafo por parte del Poder Ejecutivo Nacional porque implica modificar el buen criterio del Anteproyecto. En tal sentido, reiteramos que el consumidor que requiere de una acentuada protección, “es el consumidor final común, descrito como aquél que dispone de ingresos relativamente modestos, carente de suficiente discernimiento y perspicacia en cuestiones jurídicas y económicas y que actúa sin suficiente diligencia y atención, y que por ello es fácil víctima de engaño o influenciado de manera no objetiva. Ése no es el caso de los comerciantes, ni de los industriales, ni de los artesanos, ni de los profesionales<sup>50</sup>”.

#### IV.4.3 XXIII Jornadas Nacionales de Derecho Civil (Tucumán). El consumidor empresario

En el marco de las Jornadas de referencia, existieron varias ponencias que propiciaron limitar la noción de consumidor sólo a las personas físicas o bien, incluir a las personas jurídicas, pero limitándolas a aquellas que no tuvieran un fin de lucro. En las “Conclusiones” de la Comisión N° 8 se expresó:

1º) La *categoría jurídica* de consumidor se construye a partir de la existencia de dos elementos estructurales: a) la vulnerabilidad o debilidad, y b) el destino final de los bienes incorporados, para beneficio propio o de su grupo familiar o social. Dichos elementos justifican la especial tutela protectoria que le confiere el ordenamiento jurídico argentino. Tratándose de consumidores especialmente vulnerables, en razón de concretas condiciones personales tales como la minoridad, la ancianidad, la pobreza o la marginalidad, entre otras, debería acentuarse el principio protectorio. Excepcionalmente, el destino final se encuentra ausente en el caso del sujeto expuesto a una relación de consumo.

2º) La tutela del consumidor abarca cuatro *supuestos* distintos, a saber: a) Quien adquiere bienes o servicios con un destino final, sea a título gratuito u oneroso (consumidor en sentido estricto), b) Quien utiliza bienes o servicios con un destino final sin ser parte de un contrato de consumo; c) El sucesor particular en los derechos adquiridos por el consumidor originario; d) Los sujetos expuestos a una relación de consumo.

3º) Las *personas jurídicas* son, en principio, consumidoras, en la medida en que se den los presupuestos antes señalados.

En las “Recomendaciones” se expresó: 1º) Se recomienda que la reforma en curso del Código Civil contemple: a) La incorporación de la categoría de consumidor mediante la inclusión de principios generales y normas que garanticen *niveles de protección mínima*; b) La adopción de soluciones que provean a la tutela de otras situaciones de debilidad jurídica no alcanzadas por la categoría de consumidor. En especial se recomienda la adopción de un régimen adecuado sobre condiciones generales de la contratación.

En este sentido, adelantamos que se han seguido *todas* las recomendaciones propiciadas por las XXIII Jornadas Nacionales de Derecho Civil, y que se han plasmado correctamente en el Proyecto.

#### IV.5 El proveedor. ¿Hay una redefinición del proveedor?

La noción de proveedor se compone de dos elementos<sup>51</sup>: a) la realización de ciertas conductas típicas (producir, importar, distribuir o comercializar cosas o prestar servicios a consumidores o usuarios; b) la profesionalidad en la realización de esas conductas.

En tal sentido, el texto legal vigente define al *proveedor* en su art. 2º: “Es la persona física o jurídica de naturaleza pública o privada, que desarrolla de manera profesional, aun

Nacional de la Plata, ante la Comisión Bicameral para la Reforma, Actualización y Unificación de los Códigos Civil y Comercial de la Nación.

<sup>50</sup> STIGLITZ, Rubén, “Sobre las observaciones del Poder Ejecutivo Nacional al Anteproyecto”, ponencia presentada en la Audiencia Pública del 13/09/2012, en el Rectorado de la Universidad Nacional de la Plata, ante la Comisión Bicameral para la Reforma, Actualización y Unificación de los Códigos Civil y Comercial de la Nación.

<sup>51</sup> Seguimos en la clasificación a MÁRQUEZ, José F. y CALDERÓN, Maximiliano, “La tutela del consumidor de los derechos de uso y goce de un inmueble. La locación y la ley 24.240”, en Revista de Derecho Privado y Comunitario, *Locación de cosas inmuebles y equivalentes*, 2004-2, p. 293-319, 297.

ocasionalmente, actividades de producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución y comercialización de bienes y servicios, destinados a consumidores o usuarios. Todo proveedor está obligado al cumplimiento de la presente ley.”

¿Cabe preguntarse si hay una redefinición del proveedor? En la definición del contrato de consumo, se considera como proveedor a la “persona física o jurídica que actúe profesional u ocasionalmente o con una empresa productora de bienes o prestadora de servicios, pública o privada”. Se ha mejorado, a nuestro juicio, la técnica legislativa permitiendo ampliar la noción, para evitar conflictos.

#### IV.6 Conclusión

Como bien lo explica LORENZETTI, hay una tendencia denominada *maximalista* que pretende incluir dentro del derecho del consumidor a los casos de pequeñas empresas que tienen una misma situación fáctica de vulnerabilidad<sup>52</sup>, pretensión que califica de desacertada “toda vez que lleva a una banalización de la protección, que sería indiferenciada<sup>53</sup>”.

En nuestra opinión, lo ideal sería la protección de las personas jurídicas a través de una ley general de condiciones generales de la contratación, y no por el régimen del consumidor.

Empero, receptando la categoría legal y la norma proyectada, creemos en una *interpretación restrictiva* aplicable sólo aquellas personas jurídicas que no tengan finalidad de lucro, como ser asociaciones civiles<sup>54</sup> o fundaciones<sup>55</sup>, y por ende excluimos a aquellas sociedades comerciales que tienen un objeto comercial, por más que mediatamente cuando consuman como destinatarias finales no adquieran o utilicen el bien o servicio para su actividad comercial. En otros términos, para FARINA será aplicable la LDC a “toda persona jurídica que no tenga por objeto o que no realice de hecho una actividad de producción o de comercialización de bienes o servicios para el mercado<sup>56</sup>”.

<sup>52</sup> Conf., FARINA, Juan M., *Defensa del consumidor...*, cit., pág. 2, quien afirma: “En nuestra opinión, la ley 24.240 debería prever la aplicabilidad de su normativa también a aquellos contratos en los que, aún cuando la parte débil no sea consumidor final, las circunstancias permiten advertir un evidente desequilibrio o falta de equidad en el contenido de la contratación, como consecuencia de la posición dominante en el mercado de una de las partes. También eso, de un modo u otro, repercute en el consumidor o usuario final: piénsese en el comerciante minorista frente a la gran empresa productora de bienes o servicios”.

<sup>53</sup> LORENZETTI, Ricardo L., *Consumidores...*, cit., pág. 87.

<sup>54</sup> ZALDÍVAR, Enrique, MANÓVIL, Rafael M., RAGAZZI, Guillermo E., ROVIRA, Alfredo L., *Cuadernos de Derecho Societario. Aspectos jurídicos generales, 1ª edición (1973), 1ª reimpresión*, Abeledo Perrot, Buenos Aires, 1980, tomo 1, pág. 48, afirmando que “si bien en la asociación deben concurrir la pluralidad de miembros; realizarse los aportes necesarios para cumplimentar el fin, de lo que resulta la formación de un patrimonio propio, en cambio faltan el propósito de lucro y la equivalente contribución a las pérdidas que vemos en las sociedades tanto civiles como comerciales”.

<sup>55</sup> Conf., FARINA, Juan M., *Defensa del consumidor...*, cit., pág. 56.

<sup>56</sup> FARINA, Juan M., *Defensa del consumidor...*, cit., pág. 56.

## V.- CONTRATO DE CONSUMO

### V.1 Generalidades

Según el Diccionario de la Lengua Española el vocablo *consumir* significa, en una primera acepción, “destruir, extinguir<sup>57</sup>”, por lo cual no resulta desatinado concluir que consumidor sería *aquél quien consume*. Sin embargo, desde el punto de vista *económico*, en la segunda acepción significa “utilizar comestibles u otros bienes para satisfacer necesidades y deseos”.

Desde el punto de vista *jurídico*, en virtud del texto del art. 2325 del Cód. Civil, resulta que *consumidor* es aquél quien se sirve de cosas consumibles, que son aquellas que se extinguen con el primer uso.

Pues bien, el concepto jurídico actual de *consumidor* se sustenta en este criterio económico y al mismo tiempo abarca un sujeto particular digno de tutela, en el marco de una sociedad de consumo, que “se extiende a todo bien o servicio para la satisfacción de las necesidades físicas o espirituales del individuo<sup>58</sup>”.

El Derecho de los consumidores y usuarios se caracteriza por tutelar a un sujeto *especial* (consumidor o usuario) brindándole herramientas jurídicas que restablezcan el equilibrio contractual con la otra parte de la relación jurídica, a quien califica como proveedor. El ámbito de actuación protectorio se precisa dentro del contorno de la relación de consumo.

La relación de consumo tiene su raigambre constitucional en el art. 42, y comprende dos fuentes: a) La fuente contractual; b) La fuente extracontractual.

### V.2 Rasgos del contrato de consumo

Cierta doctrina estima posible identificar algunos *rasgos* inherentes a la tipología contractual de consumo, a saber<sup>59</sup>: 1º) Se trata de un tipo estatutario, tuitivo e imperativo; 2º) El consentimiento se forma, por lo general, por adhesión; 3º) Su contenido suele estar confirmado por Condiciones Generales de la Contratación; 4º) En este último caso, pueden haber cláusulas abusivas; 5º) Los tratos preliminares son infrecuentes y son sustituidos por la publicidad.

### V.3 Caracterización

El legislador de la ley 24.240 no definió el contrato de consumo, pero sin lugar a dudas adoptó la fuente contractual para regular el denominado contrato de consumo, que se caracteriza por no ser un tipo contractual común, sino un tipo general y que para su perfeccionamiento depende de los *sujetos, el objeto y que tenga como causa* el destino final, familiar o social, del consumidor o usuario. Por ejemplo, un contrato de compraventa de una cosa mueble o la prestación de un servicio será de consumo si se verifican las calidades subjetivas del consumidor y del proveedor; en caso contrario, seguirá regido por los Códigos Civil y Comercial.

Sin embargo, la LDC ya contenía en su germen la fuente extracontractual contenido en la oferta dirigida al público (art. 7º) o en los efectos de la publicidad (art. 8º).

### V.4 Definición doctrinaria

De modo reciente, se ha dicho por ZENTER que “puede definirse al contrato de consumo, como todo contrato celebrado entre un proveedor profesional y un consumidor final, sobre bienes o servicios destinados a su propio beneficio o al de su grupo familiar o social<sup>60</sup>”. Con un sentido más minucioso, se ha dicho que “contrato de consumo es el celebrado a título oneroso o gratuito entre un consumidor final —persona física o jurídica—, con una persona física o jurídica que actúa profesionalmente, aún en forma ocasional y que tenga por objeto la adquisición de bienes o servicios por parte del primero, como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar y social<sup>61</sup>”.

Para WAINTRAUB el contrato de consumo es la causa de la relación jurídica trabada, entendiéndose por tal “aquél que se celebre entre un proveedor de bienes o servicios profesional y

<sup>57</sup> Diccionario de la Real Academia Española, 22ª edición, www.rae.es

<sup>58</sup> FARINA, Juan M., *Contratos comerciales modernos, 2ª edición actualizada y ampliada*, Astrea, Buenos Aires, 1997, pág. 257.

<sup>59</sup> Seguimos la enumeración de ZENTNER, Diego H., *Contrato de consumo*, La Ley, Buenos Aires, 2010, pág. 29.

<sup>60</sup> ZENTNER, Diego H., *Contrato de consumo*, La Ley, Buenos Aires, 2010, pág. 70.

<sup>61</sup> ROSSI, Jorge O., “Derecho del consumidor: ámbito de aplicación, documento de venta y garantía legal, a la luz de la reforma de la ley 26.361”, en ARIZA, Ariel (Coordinador), *La reforma del régimen de defensa del consumidor por Ley 26.361*, AbeledoPerrot, Buenos Aires, 2008, pág. 21 y sig.

un adquirente a título oneroso que contrate para destinar los bienes o servicios para su consumo final o de su grupo familiar o social, siendo indistinto su concreción o no, mediante condiciones generales<sup>62</sup>". En efecto, en el contrato de consumo lo definitorio no es la adhesión, sino "el consumo final"<sup>63</sup>, pudiendo o no celebrarse con la técnica de la adhesión.

Los caracteres del contrato de consumo son<sup>64</sup>: a) Consensual; b) Bilateral; c) Oneroso; d) Conmutativo; e) Formal; f) Podrá ser civil o comercial.

### V.5 Evolución legislativa de la materia del contrato

Como bien recuerda LORENZETTI, el Derecho Privado "ha usado la noción de cosa, luego la de bien, y finalmente la de producto, tratando siempre de receptor los cambios económicos que se iban produciendo<sup>65</sup>". Se entiende para nuestro derecho que *cosas* son aquellos objetos materiales susceptibles de tener un valor (art. 2311, CCiv.). Cuando a estos objetos materiales se los somete a un proceso o elaboración, ya sea industrial o fabril, por intermedio de una empresa, se obtienen los productos. Los bienes, por su parte, son objetos ya sea materiales o inmateriales susceptibles de tener un valor (art. 2311, CCiv.).

Por lo cual, si nos preguntamos cual es el objeto de la relación de consumo responderemos que son los bienes<sup>66</sup>, en virtud que dicho concepto es el más amplio y nos permite incluir tanto a las cosas muebles o inmuebles como a los productos que tienen una elaboración industrial. Como ya mencionamos, la LDC en su redacción originaria restringió su regulación a la fuente contractual, y de allí a ciertos contratos, cuando se perfeccionaban a título oneroso y cuando el consumidor destinaba esta adquisición o prestación de un servicio a su consumo final, o de su grupo familiar.

#### V.5.1 Ley 24.240.

La ley 24.240 en su redacción original del año 1993 define, en su art. 1, a los consumidores o usuarios como "las personas físicas o jurídicas que contratan a título oneroso para su consumo final o beneficio propio o de su grupo familiar o social: a) La adquisición o locación de cosas muebles; b) la prestación de servicios; c) la adquisición de inmuebles nuevos destinados a vivienda, incluso los lotes de terreno adquiridos con el mismo fin, cuando la oferta sea pública y dirigida a personas indeterminadas".

Desde el punto de vista *objetivo* se incluyó dentro de su ámbito de aplicación, la adquisición o locación de cosas muebles, la prestación de servicios y la adquisición de inmuebles nuevos. Este es, en otras palabras, el objeto de la relación jurídica o la materia del contrato de consumo.

En su redacción primigenia, la LDC utilizó como técnica legislativa determinar el contenido o la materia de *ciertos* contratos de consumo. Por ejemplo, con especial relación al denominado *consumidor inmobiliario*, se adoptó una noción restringida, situación comprensible teniendo en cuenta la larga discusión parlamentaria que tuvo el proyecto de ley en el seno del Congreso de la Nación, pero no aceptable desde el punto de vista de una buena legística.

Así, en su art. 1 incluyó a la adquisición o locación de cosas muebles (inc. a) y la adquisición de inmuebles nuevos destinados a vivienda, cuando la oferta sea pública y dirigida a personas indeterminadas (inc. c). Pues bien, utilizando entonces una herramienta del método dogmático y mediante la interpretación *a contrario sensu*, podríamos señalar que no se incluyeron como *materia* de un contrato de consumo los siguientes tópicos: a) Locación de cosas inmuebles; b) adquisición de inmuebles usados destinados a vivienda; y en este último caso, cuando además carecieran de oferta pública y fueran dirigidos a persona determinada; c) aquéllos contratos celebrados entre consumidores sobre cosas usadas (art. 2, párr. primero).

<sup>62</sup> WAJNTRAUB, Javier, *Protección jurídica del consumidor. Ley 24.240 y su reglamentación*, LexisNexis-Depalma, Buenos Aires, 2004, p. 25 y ss.

<sup>63</sup> LORENZETTI, Ricardo L., *Tratado de los contratos. Parte General*, 1ª edición, Rubinzal Culzoni, Buenos Aires, 2004, pág. 682.

<sup>64</sup> ZENTNER, Diego H., *Contrato de consumo*, La Ley, Buenos Aires, 2010, pág. 83 y sig.

<sup>65</sup> LORENZETTI, Ricardo L., *Tratado de los contratos*, t. 1, 2ª ed., Rubinzal Culzoni, Santa Fe, 2004, p. 159.

<sup>66</sup> Conf., LORENZETTI, Ricardo L., *Tratado de los contratos*, t. 1, 2ª ed., Rubinzal Culzoni, Santa Fe, 2004, p. 160, quien afirma que la "noción de bien debe mantenerse por ser más amplia que la de producto y permite incluir a los inmuebles, que normalmente no sufren elaboración. Esta última categoría (...) ingresa al Derecho del consumo por un requisito subjetivo y no objetivo; no es la cosa en sí la que provoca la aplicación de la ley sino su *comercialización*, es decir, su uso a través de un proveedor típico".

#### V.5.1.1 Adquisición o locación de muebles

El art. 1 inc. a) de la LDC, en su redacción originaria, regulaba la adquisición y locación de cosas muebles, por lo cual excluía expresamente la locación de cosas inmuebles del ámbito tuitivo del régimen del consumidor. Supuesto, en principio, justificado porque el legislador pensó que el locatario, en tanto contratante débil, ya contaba con suficiente protección<sup>67</sup> en el marco de una legislación específica (ley 23.091 de locaciones urbanas), que regulaba los aspectos más relevantes de dicho contrato y que además, en virtud de razones de índole económico y social, también tenía una injerencia trascendente del orden público. Sin embargo, a nuestro juicio, la afirmación antedicha resulta parcialmente verdadera, puesto que la técnica legislativa utilizada dejaba varias lagunas que resultaban muy difíciles de superar.

Pues bien, el legislador incluyó como materia del contrato de consumo tanto la adquisición como la locación de cosas muebles. El término *adquisición* tiene una connotación más económica que jurídica, y al mismo tiempo, resulta más amplio que la mera compraventa de bienes o servicios. En tal sentido, jurídicamente, hay “adquisición cuando, en virtud de un título o causa legítima, un derecho se incorpora al patrimonio de una persona, que se convierte, a partir de ese momento, en su nuevo titular. Desde ese instante, el titular del derecho adquirido ostenta la facultad de disposición de uso o goce sobre la cosa, o la facultad de ser beneficiario de un servicio que otra persona debe prestarle<sup>68</sup>”. Sin embargo, por lo general, estarán incluidos los “productos alimenticios, bienes suntuarios, indumentaria, mobiliario, etc.<sup>69</sup>”

Por otra parte, la locación de cosas muebles implicaba otorgar o conceder el uso y goce de una cosa mueble al consumidor. Aquí se incluían aquellos supuestos clásicos como el *contrato de leasing* regulado por ley 25.248<sup>70</sup>. Un caso muy habitual, especialmente en períodos vacacionales, es el alquiler de automóviles o camionetas para fines turísticos.

Sin embargo, esta categoría también incluye ciertos supuestos conflictivos, como por ejemplo los valores bursátiles o *acciones*. Así, es sabido que el consumidor bancario no sólo perfecciona contratos tradicionales como la apertura de una caja de ahorro o una cuenta corriente bancaria o un depósito a plazo fijo, sino que, últimamente, las entidades bancarias han incluido dentro de sus productos a favor del consumidor la oferta de fondos de inversión o la intermediación de compras de acciones. En el Código del Consumidor de Brasil (ley 8078) no se los incluye expresamente, por lo cual la doctrina ha considerado que estos inversores no son consumidores, y además “porque su protección surge de otras leyes<sup>71</sup>”.

Decíamos que en virtud de la técnica legislativa utilizada por la LDC, se interpretó por la doctrina<sup>72</sup> que se excluía expresamente de su regulación a las locaciones de inmuebles<sup>73</sup>, ya sea urbana o rural. Ya sea porque no ingresaba en el concepto estricto de consumidor (art. 1) o bien porque el proveedor (art. 2) no comprendía entre sus actividades la de transferir o ceder el uso de cosas. Por ello, se sostuvo que la ley especial, en nuestro caso la ley 23.091 y que también tenía una función protectoria, resulta suficiente para el locatario, en tanto parte débil de la relación locativa.

Sin embargo, con razón también se afirmó que la ley de locaciones urbanas no contiene pautas en materia de “información brindada al locatario, no establece directivas acerca de la protección de su salud e integridad física, no declara vinculantes las ofertas a potenciales locatarios indeterminados, ni tiene por incluidas en el contenido del contrato las precisiones

<sup>67</sup> Conf., LORENZETTI, Ricardo L, *Tratado de los contratos*, t. 1, 2ª ed., Rubinzal Culzoni, Santa Fe, 2004, p. 163.

<sup>68</sup> WAYAR, Ernesto C., *Tarjeta de crédito y defensa del consumidor. Relaciones entre usuario, emisor y comercio adherido*, Astrea, Buenos Aires, 2000, p. 57, luego aclara que se trata de una “adquisición *derivativa*, en el sentido de que presupone la celebración anterior de un contrato que le sirve de causa”. En nuestro caso, el contrato que le antecede es el contrato de consumo.

<sup>69</sup> Conf., WAJNTRAUB, Javier, *Protección jurídica del consumidor. Ley 24.240 y su reglamentación*, LexisNexis-Depalma, Buenos Aires, 2004, p. 27.

<sup>70</sup> LORENZETTI, Ricardo L, *Tratado de los contratos*, t. 1, 2ª ed., Rubinzal Culzoni, Santa Fe, 2004, p. 163, quien aclara “a partir que se hiciera la opción de compra”.

<sup>71</sup> Cfr., LORENZETTI, Ricardo L, *Tratado de los contratos*, t. 1, 2ª ed., Rubinzal Culzoni, Santa Fe, 2004, p. 161, quien menciona las leyes 7913/89 y 6024/74 de la República Federativa del Brasil.

<sup>72</sup> LORENZETTI, Ricardo L, “La relación de consumo” en *Defensa del consumidor*, Ábaco, Buenos Aires, 2003, p. 93.

<sup>73</sup> En las XV Jornadas Nacionales de Derecho Civil, la Comisión N° 3, en sus recomendaciones de *lege ferenda* propuso: “1)...; 2)...; 3) Debe incorporarse la locación de inmuebles al ordenamiento específico tuitivo del consumidor”, JA, 1996-I-938.

publicitarias. Tampoco establece pautas acerca de cláusulas abusivas, ni contiene reglas acerca de la responsabilidad del locador<sup>74</sup>”.

#### V.5.1.2 Prestación de servicios

El encuadramiento de ciertos contratos que tienen que ver con el uso y goce de la cosa inmueble o bien con la prestación de servicios relacionada con ella, siempre y cuando se perfeccionaran entre un proveedor de bienes y servicios y un consumidor o usuario, posibilitó a la doctrina extender la aplicación de la LDC a pesar de la laguna legal a otras figuras contractuales. De tal modo, se protegió a consumidores vinculados con los contratos de leasing<sup>75</sup>, hospedaje y garage y tiempo compartido.

En el caso particular de la exclusión expresa, *a contrario sensu* del contrato de locación de inmuebles, se sostuvo por SCHVARTZ que el *corredor inmobiliario* al prestar una tarea de “intermediación y asesoramiento constituye la prestación de un servicio, razón por la cual esa actividad se halla dentro del espectro contemplado en el inc. b) del art. 1 de la LDC<sup>76</sup>”. En posición similar, se afirmó que la proliferación de empresas inmobiliarias, destinadas al alquiler de inmuebles para vivienda familiar es un hecho notorio, configurándose los rasgos característicos que condujeron a la adopción de la legislación especial de consumo: “un sujeto profesional (la empresa inmobiliaria) *contrata* desde una posición de fortaleza, desde un mayor aparato de información, mediante un esquema de instrumentos contractuales predispuestos y conforme a un mecanismo de adhesión (sin posibilidad de discutir los contratos) con un particular (el locatario) que desconoce por lo general el asunto inmobiliario y se ve obligado a aceptar las condiciones que le son expresadas, sin posibilidad de discutir las<sup>77</sup>”.

Sin embargo, a nuestro criterio, esta posición resultaba por lo menos forzada ya que podíamos estar en presencia de un proveedor de un servicio configurándose un término de la relación jurídica (proveedor) pero no el otro término (consumidor inmobiliario restringido), por lo cual podíamos concluir que la LDC no era aplicable, en virtud de la falta de cumplimiento de los requisitos establecidos para el otro polo de la relación contractual de consumo. Por supuesto, la consecuencia lógica —y por ende sumamente criticable— consistía en que no resultaban aplicables los principios tuitivos de la norma de protección, con referencia al deber de información, incumplimientos contractuales, vicios redhibitorios y términos de prescripción, más favorables y que si se encontraban previstos en el marco del consumidor. Por ello, la doctrina intentó eludir esta prohibición legislativa, llegándose a afirmar que la protección legal sí comprendería “a las locaciones realizadas entre particulares, pero mediante una intermediación inmobiliaria, a los fines de la protección del locatario frente a la empresa de corretaje<sup>78</sup>”.

Empero, como ya vimos, el corretaje como contrato entre el comitente y el corredor no ingresaba en la relación de consumo originaria de la LDC y mucho menos podía incluirse como tal al servicio prestado, entendido en sentido lato, porque tampoco había contrato entre el corredor y el futuro locatario.

#### V.5.2 Régimen de la Ley 26.361

Con el régimen vigente, se ha entendido que la materia propia del contrato de consumo, comprende toda adquisición de bienes o prestación de servicios, en los cuales se perfeccione una relación de consumo, entre un proveedor y un consumidor. Por lo tanto, la comercialización de bienes “incluye contratos como compraventa de muebles e inmuebles, nuevos o usados, o

<sup>74</sup> MÁRQUEZ, José F. y CALDERÓN, Maximiliano, “La tutela del consumidor de los derechos de uso y goce de un inmueble. La locación y la ley 24.240”, en Revista de Derecho Privado y Comunitario, *Locación de cosas inmuebles y equivalentes*, 2004-2, p. 293-319, 307.

<sup>75</sup> FRESNEDA SAIEG, Mónica L., FRUSTAGLI, Sandra A. y HERNÁNDEZ, Carlos A., *Leasing*, Depalma, Buenos Aires, 2002, p. 20.

<sup>76</sup> Conf., SCHVARTZ, Liliana, *Defensa de los derechos de los consumidores y usuarios: Manual teórico-práctico*, García Alonso, Buenos Aires, 2005, p. 44.

<sup>77</sup> MÁRQUEZ, José F. y CALDERÓN, Maximiliano, “La tutela del consumidor de los derechos de uso y goce de un inmueble. La locación y la ley 24.240”, en Revista de Derecho Privado y Comunitario, *Locación de cosas inmuebles y equivalentes*, 2004-2, pág. 293-319, 305 y ss.

<sup>78</sup> MÁRQUEZ, José F. y CALDERÓN, Maximiliano, “La tutela del consumidor de los derechos de uso y goce de un inmueble. La locación y la ley 24.240”, en Revista de Derecho Privado y Comunitario, *Locación de cosas inmuebles y equivalentes*, 2004-2, p. 293-319, 305, quienes concluyen: “Más se encuentra alcanzado por el artículo 1º, inciso b, de la ley 24.240, configurando la intervención de una empresa inmobiliaria la prestación de un servicio con rasgos de profesionalidad”.

locación de muebles e inmuebles (donde se otorga un derecho personal o creditorio de uso y goce), etc., siempre que sean comercializados por un proveedor y un consumidor<sup>79</sup>”.

En virtud de la aclaración incluida en el art. 1 de la LDC también está comprendida la adquisición de derechos en tiempos compartidos, clubes de campo, cementerios privados y figuras afines.

En materia de prestación de servicios, la frase debe ser entendida en sentido amplio, y por lo tanto excede al contrato de locación de servicios del Código Civil, comprendido cualquier servicio. Como vemos el ámbito de aplicación material es sumamente vasto, incluyendo una variedad innumerable de contratos, a saber: “hotelería, cines, teatros, restaurantes, tintorerías, telefonía celular, tarjetas de crédito, medicina prepaga, reparaciones en general, otros productos bancarios, financieras, cerramientos, turismo, inmobiliarias, seguros, limpieza y similares y cursos de capacitación, cuidado por atención de personas, agencias matrimoniales, mensajería de motos, confección de parasoles, venta de localidades en espectáculos públicos, entre otros<sup>80</sup>”.

En tal sentido, se han enumerado los cambios en estos términos<sup>81</sup>: a) Se excluyeron las limitaciones objetivas que resultaban de la enumeración de ciertas operaciones contractuales; b) Se sustituyó la referencia a las cosas muebles y a los inmuebles nuevos destinados a vivienda; c) Se eliminó la restricción a los contratos gratuitos; d) Se prescindió de la exclusión de los contratos entablados entre consumidores sobre cosas usadas.

La modificación producida por la ley 26.361 en el art. 1, *derogando* las limitaciones contenidas en la noción *primigenia* de consumidor, implica que se entienda hoy como tal a “toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza bienes o servicios en forma gratuita u onerosa como destinatario final en beneficio propio o de su grupo familiar o social”, nos permiten verificar la inclusión de la noción amplia del consumidor inmobiliario<sup>82</sup>. En efecto, el legislador al agregar el vocablo *bienes* en sentido lato, comprende tanto la noción de cosa mueble o inmueble, ya sea relativa a la adquisición, utilización y por ende a la locación de cosas, especialmente a la locación urbana.

De este modo se ha ampliado la noción contractual de consumidor extendiendo su aplicación a aquellos supuestos que implican otras fuentes, como la voluntad unilateral, el acto ilícito y por supuesto el contrato, que es la denominada relación de consumo, legislada en el art. 3 de la LDC. En otros términos, se ha pasado del *acto de consumo al hecho de consumo*, entendido como *relación de consumo* en sentido amplio.

#### V.6. Texto del Anteproyecto

Se ha optado por la decisión de política legislativa de incluir la definición del contrato de consumo, lo cual estimamos correcto. Si bien se ha cuestionado la introducción de definiciones en las leyes, con sustento en la nota del art. 495 del Cód. Civil, con la más moderna técnica legislativa consideramos que es perfectamente lícita su inclusión, siempre y cuando contenga un efecto que determinar debidamente su contenido.

**ARTÍCULO 1093.- Contrato de consumo.** Contrato de consumo es el celebrado entre un consumidor o usuario final con una persona física o jurídica que actúe profesional u ocasionalmente o con una empresa productora de bienes o prestadora de servicios, pública o privada, que tenga por objeto la adquisición, uso o goce de los bienes o servicios por parte de los consumidores o usuarios, para su uso privado, familiar o social, *siempre que no tenga vínculo con su actividad comercial, industrial, artesanal o profesional.*

Este texto sigue la tendencia moderna del derecho comparado, como el §13 del Código Civil alemán que caracteriza la noción de consumidor como toda persona natural que celebra un

<sup>79</sup> ROSSI, Jorge O., “Derecho del consumidor: ámbito de aplicación, documento de venta y garantía legal, a la luz de la reforma de la ley 26.361”, en ARIZA, Ariel (Coordinador), *La reforma del régimen de defensa del consumidor por Ley 26.361*, AbeledoPerrot, Buenos Aires, 2008, pág. 26.

<sup>80</sup> Cfr., ROSSI, Jorge O., “Derecho del consumidor: ámbito de aplicación, documento de venta y garantía legal, a la luz de la reforma de la ley 26.361”, en ARIZA, Ariel (Coordinador), *La reforma del régimen de defensa del consumidor por Ley 26.361*, AbeledoPerrot, Buenos Aires, 2008, pág. 27, a quien seguimos en la enumeración.

<sup>81</sup> ZENTNER, Diego H., *Contrato de consumo*, La Ley, Buenos Aires, 2010, pág. 82.

<sup>82</sup> Conf., ALTERINI, Atilio A., “Las reformas a la ley de defensa del consumidor. Primera lectura. 20 años después”, AA.VV. *Reforma a la Ley de Defensa del Consumidor* (Director Roberto VÁZQUEZ FERREYRA), La Ley, Buenos Aires, abril de 2008, pág. 3-23, 5: “El texto actual amplía la protección al abarcar la contratación sobre toda especie de cosas...”

negocio jurídico que “no tenga relación con su actividad profesional, empresarial o autónoma” o bien la Directiva 93-13 de la Comunidad Económica Europea, que en su art. 2 inc. b) define al consumidor “toda persona física que... actúe con un propósito ajeno a su actividad profesional”.

En otras palabras, para considerar que estamos en presencia de un consumidor o que se perfecciona un contrato de consumo se toma el criterio negativo de la *no profesionalidad*.

Para cierta doctrina la incorporación del criterio de la no profesionalidad no es razonable, afirmando que: “Entendemos que la última parte («siempre que no tenga vínculo con su actividad comercial, industrial, artesanal o profesional») ha dejado fuera de la contratación de consumo a las pymes, cuando debieron ser incluidas como señalamos ut supra, siguiendo la jurisprudencia de los tribunales comerciales. Realmente se ha perdido una oportunidad histórica de incorporación de las pymes -incluso se podría solo haber incluido las pequeñas- como lo han hecho otras legislaciones europeas<sup>83</sup>”.

En nuestra opinión, con este criterio se *reafirma* la noción de consumidor, entendido como aquella persona que adquiera o utiliza un bien o servicio como destinatario final, y por lo tanto no lo reinserta en el mercado o no lo transforma, buscando un fin de lucro, ya sea directo o indirecto. La definición proyectada tiene su fuente en Rubén STIGLITZ quien, definió al contrato de consumo, como aquél que “es el celebrado a título oneroso entre un consumidor final -persona física o jurídica-, con una persona física o jurídica que actúe profesional u ocasionalmente o con una empresa productora de bienes o prestadora de servicios, pública o privada y que tenga por objeto la adquisición, uso o goce de los mismos por parte del primero, para su uso privado, familiar o social<sup>84</sup>”.

#### V.7 Texto del Proyecto

El Proyecto define al contrato de consumo, en estos términos: “ARTÍCULO 1093.- **Contrato de consumo.** Contrato de consumo es el celebrado entre un consumidor o usuario final con una persona física o jurídica que actúe profesional u ocasionalmente o con una empresa productora de bienes o prestadora de servicios, pública o privada, que tenga por objeto la adquisición, uso o goce de los bienes o servicios por parte de los consumidores o usuarios, para su uso privado, familiar o social”.

La definición de contrato de consumo ha sido *modificada* por el Poder Ejecutivo Nacional, excluyendo el criterio de la no profesionalidad por considerar que era restrictiva y no era tan amplia como el régimen vigente de la LDC, según el texto de la ley 26.361.

Sin embargo, no compartimos esta solución porque implica dejar de lado al verdadero sujeto digno de protección, que es aquel consumidor que tiene una situación de vulnerabilidad o hiposuficiencia: *económica, técnica y jurídica*. Como bien lo ha destacado STIGLITZ, el consumidor que requiere de una acentuada protección, “es el consumidor final común, descrito como aquél que dispone de ingresos relativamente modestos, carente de suficiente discernimiento y perspicacia en cuestiones jurídicas y económicas y que actúa sin suficiente diligencia y atención, y que por ello es fácil víctima de engaño o influenciado de manera no objetiva. Ése no es el caso de los comerciantes, ni de los industriales, ni de los artesanos, ni de los profesionales<sup>85</sup>”.

<sup>83</sup> GHERSI, Carlos A., “Anteproyecto de Código Único 2012. ¿Los derechos de los consumidores o de las empresas?”, MJD5755.

<sup>84</sup> STIGLITZ, Rubén S. - COMPIANI, María F., *La prescripción del contrato de seguro y la ley de defensa del consumidor*, LA LEY 2004-B, 1231. Ampliar en: ALTERINI, Atilio Aníbal, *Contratos...*, cit., pág. 151.

<sup>85</sup> STIGLITZ, Rubén, “Sobre las observaciones del Poder Ejecutivo Nacional al Anteproyecto”, ponencia presentada en la Audiencia Pública del 13/09/2012, en el Rectorado de la Universidad Nacional de la Plata, ante la Comisión Bicameral para la Reforma, Actualización y Unificación de los Códigos Civil y Comercial de la Nación.

## VI.- INTERPRETACIÓN DEL CONTRATO DE CONSUMO

### VI.1 *Criterio del Proyecto*

El Proyecto incluye una pauta de interpretación para el contrato de consumo: “ARTÍCULO 1095.- **Interpretación del contrato de consumo.** El contrato se interpreta en el sentido más favorable para el consumidor. Cuando existen dudas sobre los alcances de su obligación, se adopta la que sea menos gravosa”.

En el derecho comparado, el art. 34 del Estatuto del Consumidor de Colombia prescribe: “ARTÍCULO 34. INTERPRETACIÓN FAVORABLE. Las condiciones generales de los contratos serán interpretadas de la manera más favorable al consumidor. En caso de duda, prevalecerán las cláusulas más favorables al consumidor sobre aquellas que no lo sean<sup>86</sup>”.

Para GHERSI la redacción del anteproyecto “es sinuosa y hasta confusa, en cambio la actual LDC sin duda es tajante, rigen los principios que establece esta ley, prevalecerá lo más favorable al consumidor, lo hace en un sentido más amplio que el anteproyecto”.

Esta norma resulta aplicable exclusivamente al contrato de consumo, que es una de las fuentes de la relación de consumo, receptando el criterio más favorable al consumidor. Cabe recordar que el art. 3 de la LDC, en su texto originario, contenía como guía el principio in dubio pro consumidor, expresándose que si hubieran dos o más interpretaciones en torno al contrato de consumo, siempre debía estarse a aquella que fuera más favorable al consumidor o usuario. Luego, con la modificación del art. 3 por intermedio de la ley 26.361, se incluyó el texto referido a los “principios”.

En nuestro caso, estimamos feliz que no se haya incluido el supuesto de duda sino que siempre el contrato deberá interpretarse en el sentido más favorable al consumidor, reconociéndose su triple *hiposuficiencia* económica, jurídica y técnica o de información, que implica que su situación es desequilibrada con relación al proveedor del bien o servicio. Ahora bien, cuando la duda existiera no sobre la interpretación del contrato sino sobre el alcance de su obligación, se estará a aquella que sea menos gravosa.

### VI.2 *Contratos conexos*

La conexidad se define, en el art. 1073, “cuando dos o más contratos autónomos se hallan entre sí por una finalidad económica común previamente establecida, de modo que uno de ellos ha sido determinante del otro para el logro del resultado perseguido. Esta finalidad puede ser establecida por la ley, expresamente pactada, o derivada de la interpretación, conforme con lo que se dispone en el art. 1074”.

En cuanto a su *interpretación* (art. 1074), “los contratos conexos debe ser interpretados los unos por medio de los otros, atribuyéndoles el sentido apropiado que surge del grupo de contratos, su función económica y el resultado perseguido”.

## VII.- CONCLUSIONES PRELIMINARES

Las modificaciones propiciadas en el ámbito del consumidor, salvo algunas cuestiones de técnica legislativa, nos parecen atinadas, en un todo de acuerdo a las Jornadas Nacionales de Derecho Civil y demás eventos científicos de derecho del consumidor, que sientan los criterios generales y la relación que debe existir entre el Código Civil unificado y el régimen de defensa del consumidor, o también denominado como microsistema de protección. El número de artículos es ajustado, pero correcto, toda vez que deben servir de *articulación* con el régimen especial o específico, cuya mayor parte se encuentra en la ley 24.240 y sus normas complementarias.

De allí, que el articulado propuesto implica un piso mínimo o núcleo duro que puede ser ampliado o extendido, pero nunca disminuido, con fundamento en el orden público económico de protección.

No obstante ello, en general, exteriorizamos nuestra preocupación en torno a los exiguos plazos fijados para su tratamiento y aprobación. Nos parece que la modificación del Código Civil, en nuestro caso la *substitución* de un Código por uno nuevo, merecía mayor debate. Empero, no por el debate en sí, sino por la posibilidad cierta que se acepten aquellas modificaciones que la

<sup>86</sup> Ley 1480, “Estatuto del Consumidor”, de Colombia (Diario Oficial 48.220, de 12/10/2011)

doctrina, en sus primeros comentarios, o las jornadas científicas en sus recomendaciones ya han comenzado a manifestar en torno de *crítica* al Proyecto. En efecto, como toda obra humana, el Proyecto es perfectible y por lo tanto susceptible de mejorarse.

A modo de conclusiones preliminares, podemos afirmar:

1º) La inclusión de normas del consumidor en el Código Civil era un clamor de la doctrina y que se ha visto plasmado correctamente por la Comisión del Decreto 191/2011.

2º) Como herramienta metodológica lo más recomendable era necesario incorporar pocas normas, que propiciaran de nexo entre la Constitución Nacional y la ley especial.

3º) No estamos de acuerdo con la ubicación de la relación de consumo, dentro del capítulo de Contratos de consumo, por razones de método.

4º) Sin embargo, nosotros hubiéramos incorporado una noción de consumidor más estricta, incluyendo a las personas físicas y sólo a las jurídicas que no tengan fin de lucro (ej. asociaciones o fundaciones); sin perjuicio de reconocer que se sigue la tendencia pacífica en Latinoamérica de reconocer una amplia protección a las personas jurídicas y los antecedentes legales específicos.

5º) El Anteproyecto mejoraba la noción de consumidor vigente al excluir al denominado consumidor empresario, criterio que compartimos; sin embargo, ha sido dejada de lado por el Proyecto remitido por el Poder Ejecutivo Nacional para su tratamiento por considerarla restrictiva, aspecto con el cual disentimos.

6º) Aplaudimos la definición legal propiciada del contrato de consumo, opción de política legislativa con la cual coincidimos.

7º) Avizoramos que la incorporación del consumidor y la definición de contrato de consumo producirán nuevos desarrollos en la teoría general del contrato.

Como colofón, es dable destacar que esperamos que este nuevo intento unificador pueda tener éxito de modo de revitalizar nuestro derecho privado. Sin embargo, no podemos despojarnos de cierta actitud escéptica, y parafraseando al jurista alemán Julius VON KIRCHMANN, rematamos que si “dos palabras rectificadoras del legislador bastan para convertir bibliotecas enteras en basura<sup>87</sup>”, si el Proyecto finalmente es ley, quizás todos nosotros debamos regresar nuevamente a las Facultades a estudiar Derecho.

---

<sup>87</sup> KIRCHMANN, Julius Hermann von, *Die wertosigkeit der jurisprudentz als wissenchaft*, Berlín, 1847, citado por AFTALIÓN, Enrique R., GARCÍA OLANO, Fernando y VILLANOVA, José, *Introducción...*, cit., pág. 42.