

LEY 24.240

FERNANDO E. SHINA

LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

COMENTADA

ANÁLISIS DOCTRINAL Y JURISPRUDENCIAL

1ª EDICIÓN


hammurabi
JOSE LUIS DEPALMA EDITOR

ÍNDICE GENERAL

PALABRAS PREVIAS	9
ABREVIATURAS	35

PARTE PRIMERA

ESTUDIO PRELIMINAR

§ 1. Los nuevos sujetos del derecho	41
a) Presentación	41
b) La raíz constitucional de los derechos colectivos	43
c) El consumidor como sujeto fragmentario del sistema	45
§ 2. Los derechos humanos y los derechos del consumidor	46
a) Presentación	46
b) La Corte Suprema: contradicciones y retrocesos	47
c) Los derechos humanos y los derechos del consumidor: ¿similitud o identidad? ..	49
1. Presentación	49
2. La Constitución convencionalizada	52
3. El realismo mágico y el populismo jurídico	54
4. El principio «pro homine»	56
5. La progresividad y la no regresividad de los derechos humanos	58
§ 3. La constitucionalización del derecho civil	62
a) Presentación	62
b) La evolución del Código Civil y Comercial	63
c) Conclusiones	67
§ 4. Derecho y neurociencias: el futuro que ya empezó	69
a) La autonomía de la voluntad como formulación contrafáctica	69
b) Autocrítica y puesta en marcha hacia el futuro	73
c) Amígnanos con la evolución	74
d) La seguridad jurídica: ¿principio ético o regla económica?	76
§ 5. Las neurociencias y la teoría general del acto jurídico: del pánico a la perplejidad ..	79
a) Cuestión terminológica y preliminar	79

ÍNDICE GENERAL

14

b) ¿Acto voluntario o combinación de neurotransmisores?	82
c) Epílogo	88

PARTE SEGUNDA**ANÁLISIS DE LA LEY 24.240 DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR****TÍTULO I - NORMAS DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES****CAPÍTULO I****DISPOSICIONES GENERALES**

ARTÍCULO 1º. OBJETO. CONSUMIDOR. EQUIPARACIÓN	93
§ 1. Presentación	93
§ 2. Características del sujeto consumidor	94
§ 3. La eliminación del «bystander» o tercero expuesto a la relación de consumo	94
§ 4. La figura del tercero expuesto en el código civil y comercial. la acción directa de las víctimas contra las aseguradoras	95
a) Razones que justificaban el sentido universalista de la Ley de Defensa del Consumidor	95
b) El tercero expuesto a la relación de consumo	97
c) Las normas jurídicas en juego	98
1. El art. 1º de la ley 24.240, modificado por la ley 26.361	98
— El mayor acceso a la justicia en las directrices de las Naciones Unidas	100
2. El art. 1º de la Ley de Defensa del Consumidor luego de la reforma de la ley 26.994: ¿fin del «bystander»?	101
3. Las dudas en el derecho del consumidor	102
— El nuevo «bystander» que emerge del Código Civil y Comercial	102
I.1. La definición de consumidor y los recursos idiomáticos	104
I.2. Los motivos reales que limitaron la legitimación del «tercero expuesto»	105
4. Un «bystander» sin contenido	109
c) El tercero expuesto y las compañías de seguros: la acción directa de las víctimas de accidentes de tránsito contra las aseguradoras	110
1. Presentación	110
I. Las fuentes legales de aplicación	110
II. La progresividad	111
2. El art. 1027 del CCCN y la teoría general del contrato	112
3. Análisis pormenorizado del art. 1027 del CCCN	112
I. ¿Quién es el beneficiario?	113
II. ¿Quién es el promitente?	113
III. ¿Quién es el estipulante?	114
IV. La aceptación y el rechazo del beneficiario	114
V. La revocación del estipulante	114
4. Reflexiones críticas	115
5. Las víctimas de accidentes como usuarios del servicio: la teoría de Waldo Sorbrino	116

15

ÍNDICE GENERAL

6. La posición intermedia de Alejandro Chamatropulos	117
7. Nuestra posición final en favor de la interpretación amplia del art. 1027 del CCCN	118
8. Epílogo	119
9. Conclusiones finales	120
JURISPRUDENCIA	
A. No hay relación de consumo	122
B. Destino final del uso	122
C. El tercero expuesto en el CCCN	123
D. Relación de consumo	123
E. Acción directa de las víctimas contra las aseguradoras	124

ART. 2º. PROVEEDOR	125
§ 1. Presentación	126
§ 2. Los sujetos integrantes de la cadena de proveedores solidarios	126
§ 3. Los sujetos excluidos de la cadena de proveedores solidarios	127
§ 4. La noción de «proveedor» en el Código Civil y Comercial	128

JURISPRUDENCIA

A. Los proveedores de «e-commerce»	129
B. Servicios financieros	130
C. Cajeros automáticos	130
D. Tarjetas de crédito	130
E. Relación de consumo. Elementos	131
F. Servicios turísticos	131
G. Relación de consumo	132
H. Profesiones liberales	132

ART. 3º. RELACIÓN DE CONSUMO. INTEGRACIÓN NORMATIVA. PREMINENCIA	133
§ 1. Presentación	133
§ 2. Relación de consumo vs. contrato de consumo	133
§ 3. La regla «in dubio pro consumidor»	134
§ 4. La integración normativa	134
§ 5. La solución congruente del Código Civil y Comercial	135

JURISPRUDENCIA

A. «In dubio pro consumidor»	136
B. Integración normativa	137
C. Interpretación restringida	138

CAPÍTULO II**INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR Y PROTECCIÓN DE SU SALUD**

§ 1. Una mirada distinta del deber de informar	138
a) Presentación	138
b) Las múltiples fuentes legales del deber de informar	139
1. La Constitución Nacional	140
2. Ley de Defensa del Consumidor	140

3. El Código Civil y Comercial	141
4. La información en el proyecto de Ley de Defensa del Consumidor	142
5. El común denominador del fracaso	142
6. El sujeto ausente	143
c) Las apariencias de la información y las paradojas desinformativas	143
d) La información estéril y el fraude a la ley	144
e) Las neurociencias y la información: la información eficiente y el optimismo desbordante	145
f) La información aparente y la antijuridicidad real. Procedencia de los daños punitivos	148
g) Aspectos objetivos y aspectos subjetivos de la información	149
h) La información en las relaciones de consumo y el art. 260 del CCCN	149
i) La información y el triángulo de la tecnología, la ignorancia y la confianza	150
j) Aspectos temporales de la información	151
k) Algunas conclusiones jurisprudenciales	151
l) El deber de información en el derecho comparado: el caso «Levine v. Wyeth»	152
1. Los hechos	153
2. El deber de información y los medicamentos	154
3. Información general vs. advertencias concretas	154
4. ¿Quién debe responder?	155
5. Nuestras conclusiones del fallo	155
ART. 4°. INFORMACIÓN	155
§ 1. Presentación	156
§ 2. Características	156
§ 3. Información en soporte físico	156
§ 4. La información en el Código Civil y Comercial	157
JURISPRUDENCIA	
A. Medicina prepaga. Incremento de cuota	157
B. Información y seguros	158
C. Información y transporte aéreo	158
D. Información y planes de ahorro previo	159
E. Información y planes de ahorro previo. Prueba a cargo de la demandada	159
F. La información en los contratos complejos	160
G. La información en operaciones de crédito para consumo	160
ART. 5°. PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	160
§ 1. Presentación	160
§ 2. La prevención del daño	161
§ 3. Condiciones de uso	161
§ 4. La responsabilidad objetiva en la Ley de Defensa del Consumidor	162
§ 5. Las obligaciones de resultado y la responsabilidad en el Código Civil y Comercial	162
§ 6. Congruencia entre ambos sistemas	163
JURISPRUDENCIA	
A. Deber de seguridad. Principios generales	163
B. Obligación de resultado	163
C. Deber de seguridad y contrato de transporte	164
D. Deber de seguridad. Principios generales	164

ART. 6°. COSAS Y SERVICIOS RIESGOSOS	165
§ 1. Presentación	165
§ 2. Bienes y servicios	165
§ 3. Acentuación de la obligación informativa	166
§ 4. Material informativo	166
JURISPRUDENCIA	
A. Cosa riesgosa	167
B. Internet como cosa riesgosa	167
C. Deber de seguridad	167
D. Deber de seguridad. Responsabilidad objetiva	168
E. Deber de seguridad. El Estado	169
F. Deber de seguridad. Prueba de la relación causal	169
G. Deber de seguridad. Relación contractual	169
H. Deber de seguridad y caso fortuito	170
I. Deber de seguridad y confianza del consumidor	170
J. Deber de seguridad. Actividad bancaria	170
CAPÍTULO III	
CONDICIONES DE LA OFERTA Y VENTA	
ART. 7°. OFERTA	171
§ 1. Presentación	171
§ 2. La oferta en el sistema tradicional	171
§ 3. La oferta en las relaciones de consumo	172
§ 4. Características de la oferta	173
JURISPRUDENCIA	
A. Oferta. Responsabilidad del proveedor	174
B. Oferta. Omisión informativa	175
C. Incumplimiento de la oferta	176
D. Oferta. Cuestiones probatorias	177
ART. 8°. EFECTOS DE LA PUBLICIDAD	178
§ 1. Presentación	178
§ 2. El fenómeno de la publicidad y el consumo masivo	178
a) Presentación	178
b) Distintos aspectos de la cuestión	179
§ 3. La publicidad engañosa	179
a) Presentación	179
b) La doctrina de la falsedad explícita y la confusión implícita del derecho norteamericano	180
— Presentación	180
c) El caso «Castrol Inc. v. Pennzoil Company»	181
§ 4. La publicidad comparativa	182
§ 5. La publicidad comparativa y la lealtad comercial: «Rolex v. Orient»	182
§ 6. La publicidad engañosa y la salud: el tabaco «light» y los cigarrillos sanos	183
a) Presentación	183
b) El comportamiento compensatorio	184

ÍNDICE GENERAL

18

c) La Corte Suprema de los Estados Unidos: «Altria v. Good»	185
1. Presentación	185
2. Epilogo	188
§ 7. La publicidad en el Código Civil y Comercial	189
JURISPRUDENCIA	
A. Publicidad ilícita. Prestaciones del producto	190
B. Publicidad y contrato de consumo	190
C. Publicidad e información	191
D. Publicidad. Prueba a cargo del proveedor	193
E. Publicidad y lealtad comercial	193
ART. 8° BIS. TRATO DIGNO. PRÁCTICAS ABUSIVAS	194
§ 1. Presentación	194
§ 2. La descripción amplia y los efectos restringidos de la norma	194
§ 3. El consumidor turista	195
§ 4. El trato indigno y el daño directo	196
§ 5. El trato digno en el Código Civil y Comercial	197
JURISPRUDENCIA	
A. Discriminación	197
B. Trato digno	198
C. Trato digno. Cuestiones probatorias	199
D. Trato discriminatorio. Contrato de transporte	199
E. Trato discriminatorio. Homosexualidad. Daños punitivos	199
ART. 9°. COSAS DEFICIENTES USADAS O RECONSTITUIDAS	200
§ 1. Presentación	201
§ 2. Las distintas hipótesis contempladas en la norma	201
§ 3. Obligación de informar	201
§ 4. Responsabilidad	202
§ 5. Garantía. Laguna legal	202
JURISPRUDENCIA	
A. Cosas usadas. Protección legal	203
B. Cosas deficientes. Protección legal	203
C. Cosas usadas o con deficiencias. Información detallada	204
D. Cosas usadas o con deficiencias. Información detallada. Prueba	204
ART. 10. CONTENIDO DEL DOCUMENTO DE VENTA	205
§ 1. Presentación	205
§ 2. Contenido del documento de venta	206
ART. 10 «BIS». INCUMPLIMIENTO DE LA OBLIGACIÓN	206
§ 1. Presentación	207
§ 2. Las obligaciones de resultado y la responsabilidad objetiva	207
§ 3. Las opciones del consumidor	207
a) El cumplimiento forzado	207
b) Aceptar otro producto similar	208
c) Rescindir el contrato	209

19

ÍNDICE GENERAL

ART. 10 «TER». MODOS DE RESCISIÓN	209
§ 1. Presentación	209
§ 2. Modos especiales de rescisión	210
§ 3. Protocolo de rescisión	210
a) Constancia fehaciente	210
b) Plazo	211
c) Información	211
ART. 10 «QUATER». PROHIBICIÓN DE COBRO	211
§ 1. Presentación	211
§ 2. Las cláusulas de permanencia mínima	212
§ 3. Derecho exclusivo de los usuarios	214
§ 4. Congruencia con el Código Civil y Comercial	214
JURISPRUDENCIA	
A. Incumplimiento de la oferta. Opciones del consumidor	214
B. Rescisión contractual. Abuso del derecho	216
CAPÍTULO IV	
COSAS MUEBLES NO CONSUMIBLES	
ART. 11. GARANTÍAS	216
§ 1. Presentación	217
§ 2. Garantía y servicio técnico	217
§ 3. Plazos legales	218
§ 4. Plazos mínimos	218
§ 5. Garantía extendida	218
§ 6. Defectos manifiestos	219
§ 7. Traslados y gastos	219
ART. 12. SERVICIO TÉCNICO	219
§ 1. Presentación	219
§ 2. ¿Quiénes están obligados a brindar el servicio técnico?	220
§ 3. Naturaleza y contenido de la obligación	220
§ 4. Provisión de repuestos: el decr.-regl. 1798/94	221
ART. 13. RESPONSABILIDAD	222
§ 1. Comentario	222
ART. 14. CERTIFICADO DE GARANTÍA	223
§ 1. Presentación. Interpretación favorable al consumidor	223
§ 2. Requisitos del certificado	224
§ 3. Nulidad	225
ART. 15. CONSTANCIA DE REPARACIÓN	225
§ 1. Presentación	225
§ 2. La historia clínica del producto y la rescisión contractual	226
ART. 16. PROLONGACIÓN DEL PLAZO DE GARANTÍA	227
§ 1. Presentación	227

ÍNDICE GENERAL

20

§ 2. Régimen extraordinario de la ley 24.240: diferencias con el Código Civil y Comercial	227
§ 3. La garantía autónoma de los repuestos utilizados en la reparación de la cosa	228
ART. 17. REPARACIÓN NO SATISFATORIA	228
§ 1. Presentación	229
§ 2. Carácter complementario de la norma	229
§ 3. La reparación no satisfactoria como concepto legal	229
§ 4. Opciones en favor del consumidor	230
ART. 18. VICIOS REDHIBITORIOS	231
§ 1. Presentación. Fe de erratas	231
§ 2. ¿Qué es un vicio redhibitorio (VR)?	232
§ 3. Los vicios redhibitorios en el derecho del consumidor	233
JURISPRUDENCIA	234
CAPÍTULO V	
DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS	
ART. 19. MODALIDADES DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	240
§ 1. Presentación	240
§ 2. La universalidad del art. 19 de la LDC	241
§ 3. La superficialidad del art. 19 de la LDC	242
ART. 20. MATERIALES A UTILIZAR EN LA REPARACIÓN	243
§ 1. Presentación	243
§ 2. Materiales originales	243
§ 3. Materiales usados	244
§ 4. Materiales apropiados: la redacción defectuosa del art. 19 de la LDC	245
ART. 21. PRESUPUESTO	245
§ 1. Presentación	246
§ 2. El fallido inc. f) del art. 21 de la LDC	246
§ 3. El inexplicable inc. h) del art. 21 de la LDC	247
ART. 22. SUPUESTOS NO INCLUIDOS EN EL PRESUPUESTO	248
§ 1. Presentación	248
§ 2. Situaciones urgentes	249
ART. 23. DEFICIENCIAS EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO	250
§ 1. Presentación	250
§ 2. Presunción favorable al consumidor	250
§ 3. El dudoso plazo establecido en la norma	251
§ 4. Las reparaciones complejas y las obligaciones de medios	251
ART. 24. GARANTÍA.	252
§ 1. Presentación	253
§ 2. La forma escrita	253
§ 3. Plazo de la garantía: la inexplicable omisión del art. 24 de la LDC	253
§ 4. La individualización del prestador del servicio	254

21

ÍNDICE GENERAL

§ 5. Sumario del régimen legal de garantías para la prestación de servicios	254
§ 6. Conclusiones	255
JURISPRUDENCIA	
A. Presupuesto. Ausencia	256
B. Deficiencias en la prestación del servicio	256
C. Reparación. Obligación de resultado	258
D. Prestación del servicio. Obligación de resultado	258
E. Servicios bancarios	258
CAPÍTULO VI	
USUARIOS DE SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS	
ART. 25. CONSTANCIA ESCRITA. INFORMACIÓN AL USUARIO	259
§ 1. Presentación	259
§ 2. Los servicios públicos domiciliarios en la Constitución Nacional	259
§ 3. Constancia escrita e información	260
§ 4. Lugar del reclamo y regulación aplicable	260
ART. 26. RECIPROCIDAD EN EL TRATO	261
§ 1. Presentación	261
§ 2. Una reciprocidad injusta es lo mismo que una hipocresía	261
ART. 27. REGISTRO DE RECLAMOS. ATENCIÓN PERSONALIZADA	262
§ 1. Presentación	262
§ 2. Aspectos relevantes de la norma	263
a) Atención personalizada	263
b) Registro de quejas	264
c) Plazos	264
ART. 28. SEGURIDAD DE LAS INSTALACIONES. INFORMACIÓN	264
§ 1. Presentación	264
§ 2. Los escalofriantes números de la inseguridad	264
ART. 29. INSTRUMENTOS Y UNIDADES DE MEDICIÓN	266
§ 1. Presentación y aspectos relevantes	266
ART. 30. INTERRUPCIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO	266
§ 1. Presentación	266
§ 2. Aspectos relevantes de la norma	267
a) Responsabilidad presunta	267
b) La sanción legal	267
c) Los plazos legales	267
ART. 30 «BIS»	268
§ 1. Presentación	268
§ 2. Deudas pendientes	268
§ 3. Certificado de libre deuda	269
ART. 31	269
§ 1. Presentación	270

ÍNDICE GENERAL

22

§ 2. Los servicios públicos estacionales	271
§ 3. El aire acondicionado y el consumo de energía	271
§ 4. Las variaciones estacionales y la facturación excesiva	272
§ 5. Los servicios públicos domiciliarios sin variaciones estacionales	272
§ 6. Los reclamos por facturación excesiva	272
a) Reclamo favorable al usuario	273
b) Reclamo favorable al prestador	273
c) Plazo de sustanciación del reclamo	273
d) Intereses moratorios	273
EXCURSO	
LAS NEUROCIENCIAS Y LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE CONSUMO: EL «PATERNALISMO LIBERTARIO»	
a) Presentación	274
b) Algunas ideas para lograr un intervencionismo moderado, eficaz e inteligente	274
JURISPRUDENCIA	
A. Intereses moratorios	280
B. Interrupción injustificada del servicio	281
C. Régimen tarifario. Información	281
D. Interrupción del servicio. Intimidación al usuario. Nulidad del convenio de pago	282
E. Interrupción del servicio. Indemnización al usuario	282
F. Interrupción del servicio. Medida preventiva	282
G. Interrupción del servicio y daños punitivos	283
H. Facturación excesiva. Telefonía móvil	283
I. Facturación excesiva. Prueba a cargo del usuario	284
J. Facturación excesiva. Prueba a cargo del proveedor. Telefonía móvil	284
K. Consumos excesivos del usuario	284

CAPÍTULO VII

**DE LA VENTA DOMICILIARIA,
POR CORRESPONDENCIA Y OTRAS**

§ 1. Los desafíos de un progreso asombroso	285
a) Presentación	285
b) El ocaso de la autonomía de la voluntad	288
c) Las Naciones Unidas y el consumo en el siglo XXI	290
d) El «e-commerce» en el mundo globalizado	292
e) El «e-commerce» en la Argentina	293
f) El derecho y un futuro que ya comenzó	293
ART. 32. VENTA DOMICILIARIA	296
§ 1. Presentación	296
§ 2. Análisis del texto legal	296
§ 3. Forma escrita y soporte digital: equiparación	298
§ 4. Bienes perecederos	299
ART. 33. VENTA POR CORRESPONDENCIA Y OTRAS	299
§ 1. Presentación	299

23

ÍNDICE GENERAL

§ 2. Análisis del texto legal	299
§ 3. Contrato entre ausentes	300
ART. 34. REVOCACIÓN DE ACEPTACIÓN	300
§ 1. Presentación	300
§ 2. Las neurociencias, las compras compulsivas y el arrepentimiento en el sistema legal argentino	301
§ 3. La intervención del Estado en los contratos privados	303
§ 4. Análisis del texto legal	305
a) Condiciones	305
b) Plazo	306
c) Efectos de la revocatoria	306
d) Información	308
e) Renuncia	308
f) Gastos	308
g) Forma	309
ART. 35. PROHIBICIÓN	310
§ 1. Presentación	310
§ 2. Aspectos relevantes	310
JURISPRUDENCIA	
A. Derecho al arrepentimiento	311
B. Deber de informar el derecho al arrepentimiento	312
C. Relación de consumo	312
D. Responsabilidad del operador. Ignorancia premeditada	312
E. Responsabilidad solidaria	313
F. El consentimiento en contratos informáticos	314
G. Obligación de resultado	315
H. Compra de pasajes aéreos	315

CAPÍTULO VIII

DE LAS OPERACIONES DE VENTA DE CRÉDITO

§ 1. Las neurociencias y su aporte al derecho del consumidor	316
a) Presentación	316
b) El consumo de ofertas sin demandas	317
c) El crédito y las trampas del sobreendeudamiento	319
d) El sobreendeudamiento es un problema internacional	320
e) Las tarjetas de crédito inteligentes. ¿Es posible controlar la tentación de gastar más de lo debido?	320
ART. 36. REQUISITOS	322
§ 1. Presentación	323
§ 2. Los datos que no pueden faltar en las operaciones de crédito	324
a) Descripción	325
b) Precio al contado	325
c) Financiación parcial	325
d) La tasa de interés efectiva anual (TEA)	325

ÍNDICE GENERAL

24

e) El total de los intereses a pagar o el costo financiero total	327
f) El sistema de amortización del capital y la cancelación de los intereses	327
g) La cantidad, la periodicidad y el monto de los pagos a realizar	327
h) Los gastos extras y seguros o adicionales, si los hubiere	328
§ 3. Sanción de nulidad	328
§ 4. La omisión de consignar la tasa efectiva anual (TEA)	329
§ 5. La conexidad y la eficacia del contrato	329
§ 6. Competencia	329
a) Presentación	330
b) La competencia territorial múltiple	330
c) El domicilio del consumidor	331
§ 7. Conclusión	331
EXCURSO	
EL PAGARÉ DE CONSUMO Y EL FRAUDE A LA LEY 24.240	
a) Presentación	332
b) Una garantía falsa y un fraude real	332
c) El fraude procesal	333
d) La doctrina judicial de la integración del título ejecutivo implica la convalidación jurisprudencial del fraude	333
e) Nuestra posición	335
1. El derecho procesal protectorio	335
2. La prohibición legal del art. 53	336
3. Conclusiones	337
JURISPRUDENCIA	
A. Título ejecutivo y Ley de Defensa del Consumidor	337
B. Cumplimiento defectuoso del art. 36. Procedencia de la ejecución	337
C. Cobranza. Hostigamiento	338
D. Definición	339
E. Conexidad entre proveedor y entidad crediticia	339
F. Intereses	339
G. Competencia. Renuncia	340
H. Competencia. Prórroga de jurisdicción	340
I. Competencia	340
J. Pagaré de consumo. Desnaturalización de las obligaciones	341
K. Pagaré de consumo. Desnaturalización de las obligaciones: plenario nacional. Fuero comercial	344
L. Pagaré de consumo. Desnaturalización de las obligaciones: plenario. Olavarría	344

CAPÍTULO IX**DE LOS TÉRMINOS ABUSIVOS Y LAS CLÁUSULAS INEFICACES**

§ 1. La diversidad de fuentes legales	344
a) Presentación	344
b) Aclaración sistemática	346
ART. 37. INTERPRETACIÓN	346
§ 1. Presentación	346

25

ÍNDICE GENERAL

§ 2. La clasificación legal de las cláusulas abusivas (CA)	347
a) La desnaturalización de las obligaciones y las limitaciones de la responsabilidad del proveedor	348
b) La renuncia y la restricción de los derechos del usuario	348
c) La inversión de las cargas probatorias en perjuicio del consumidor o del usuario	349
§ 3. Interpretación favorable al consumidor	350
§ 4. La integración del contrato	350
ART. 38. CONTRATO DE ADHESIÓN. CONTRATOS EN FORMULARIOS	351
§ 1. Presentación	352
§ 2. Los contratos de adhesión en la doctrina norteamericana	353
§ 3. El control del Estado. Responsabilidad	356
§ 4. Publicación en la web	357
a) Presentación	357
b) Nuestra opinión crítica	357
c) Nuestra solución	358
§ 5. Las neurociencias y su impacto en las relaciones de consumo. La teoría del «paternalismo libertario» de Richard Thaler y Cass Sunstein	359
§ 6. El Estado inteligente: intervenciones moderadas y eficientes	361
§ 7. El Estado inoperante	363
ART. 39. MODIFICACIÓN. CONTRATOS TIPO	365
§ 1. Presentación	365
§ 2. Revisión judicial	366
EXCURSO	
LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN EN EL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL	
a) Presentación	366
b) Nuestra posición crítica	368
c) Breve análisis de las normas del Código Civil y Comercial	369
1. Presentación	371
2. La obligatoriedad relativa de los contratos de adhesión y de consumo	372
JURISPRUDENCIA	
A. Ampliación de los derechos de una de las partes	376
B. Restricción de los derechos del consumidor	377
C. Limitación de la responsabilidad	377
D. Desnaturalización de las obligaciones	378
E. Autoridad de aplicación y revisión judicial	379
F. Banco Central. Responsabilidad concurrente	379
G. Superintendencia de seguros. ¿Responsabilidad?	379
H. Superintendencia de seguros. Responsabilidad	380
I. Superintendencia de seguros. Responsabilidad. Carga probatoria	380
J. Cláusulas sorpresivas	381

CAPÍTULO X**RESPONSABILIDAD POR DAÑOS**

§ 1. Nociones generales de la teoría general de la responsabilidad	382
a) El sistema integral propuesto en el Código Civil y Comercial	382

ÍNDICE GENERAL

26

b) Los presupuestos de la responsabilidad resarcitoria	384
c) ¿Castigar al agente dañador o resarcir a la víctima del daño?	384
§ 2. La responsabilidad objetiva en el derecho norteamericano	387
a) La emblemática figura del juez Roger J. Traynor	387
b) El caso «Gladys Escola v. Coca Cola» (1944)	390
1. Presentación	390
2. Los hechos	390
3. La responsabilidad objetiva: la puja histórica entre «seguridad jurídica» y «equidad»	392
4. Las primeras tensiones de la responsabilidad objetiva	392
5. La responsabilidad objetiva como cuestión de Estado	392
6. Las víctimas y la prueba de la culpa	393
7. La responsabilidad contractual	393
8. La confianza y la responsabilidad solidaria	394
9. Epílogo: la Argentina y el culto al anacronismo jurídico	395
ART. 40	396
§ 1. Presentación: características singulares del microsistema legal autónomo	396
a) La responsabilidad contractual y extracontractual	397
b) El efecto relativo de los contratos	397
c) La responsabilidad solidaria	397
d) La responsabilidad objetiva	398
e) Legitimación activa y pasiva	398
f) Equiparación de los daños derivados de las cosas o de la prestación de los servicios	398
g) Las eximentes de responsabilidad	399
h) Sumario final	400
ART. 40 «BIS». DAÑO DIRECTO	401
§ 1. Presentación	401
§ 2. Nuestra posición	402
§ 3. El daño directo y el daño moral	403
§ 4. Multas e indemnizaciones en la sede administrativa	403
EXCURSO	
ANÁLISIS DEL TEXTO LEGAL VIGENTE	
a) Presentación	404
b) Definición y alcance	404
c) Atribuciones legales del organismo administrativo	404
d) Idoneidad del organismo administrativo. Nuestra opinión crítica	405
e) Apelación	405
f) Extensión: nuestra opinión crítica	405
JURISPRUDENCIA	
A. Responsabilidad solidaria	406
B. Responsabilidad solidaria. Deber de garantía	406
C. Responsabilidad solidaria. Comercio electrónico	407
D. Responsabilidad. Trato indigno	407
E. Responsabilidad. Trato indigno. Servicios bancarios	408
F. Responsabilidad. Deber de información	409
G. Responsabilidad. Deber de seguridad	409

27

ÍNDICE GENERAL

H. Daño directo. Definición y alcances	410
I. Daño directo	410

TÍTULO II - AUTORIDAD DE APLICACIÓN. PROCEDIMIENTO Y SANCIONES

CAPÍTULO XI**AUTORIDAD DE APLICACIÓN**

§ 1. Introducción	411
ART. 41. APLICACIÓN NACIONAL Y LOCAL	412
§ 1. Presentación	412
§ 2. La competencia	412
§ 3. Aplicación analógica del art. 36 de la LDC	413
ART. 42. FACULTADES CONCURRENTES	414
§ 1. Presentación	414
ART. 43. FACULTADES Y ATRIBUCIONES	414
§ 1. Comentario	415
a) Proponer reglamentaciones	415
b) Mantener un Registro Nacional de Asociaciones	415
c) Recibir denuncias de los consumidores	415
d) Disponer inspecciones y pericias	416
e) Solicitar informes y opiniones técnicas	416
f) Celebrar audiencias	416
ART. 44. AUXILIO DE LA FUERZA PÚBLICA	417
§ 1. Comentario	417
JURISPRUDENCIA	
A. Jurisdicción federal	417
B. Jurisdicción provincial	417
C. Jurisdicción concurrente	418

CAPÍTULO XII**PROCEDIMIENTOS Y SANCIONES**

ART. 45. ACTUACIONES ADMINISTRATIVAS	419
§ 1. Presentación	420
§ 2. El inicio del procedimiento administrativo	421
§ 3. Participación del denunciante en el procedimiento administrativo	421
§ 4. Patrocinio letrado	422
§ 5. Requisitos mínimos de la denuncia	423
§ 6. Intimación y citación del denunciado	423
§ 7. Conciliación	424
§ 8. Prueba	424

ÍNDICE GENERAL 28

§ 9. Medidas preventivas	425
a) El cese de conducta	425
b) La medida de no innovar	425
§ 10. El régimen legal de apelaciones y el pago anticipado de las multas	426
§ 11. La supletoriedad legal	428
ART. 46. INCUMPLIMIENTO DE ACUERDOS CONCILIATORIOS	428
§ 1. Comentario	428
ART. 47. SANCIONES	429
§ 1. Presentación	430
§ 2. Las sanciones	430
a) Apercibimiento	430
b) Multa	430
c) Decomiso	430
d) Clausura	430
e) Suspensión	430
f) Retiro de concesión	431
g) Publicidad	431
§ 3. Destino de la multa	432
ART. 48. DENUNCIAS MALICIOSAS	432
§ 1. Presentación	432
§ 2. Una amenaza para el sistema protectorio establecido en la ley 24.240	433
§ 3. La imposibilidad de defensa	433
§ 4. Denuncia maliciosa y denuncia sin justa causa	434
§ 5. Las denuncias efectuadas sin justa causa y sin malicia del denunciante	435
§ 6. Las graves inconsistencias de la norma	435
§ 7. Nuestra opinión	436
ART. 49. APLICACIÓN Y GRADUACIÓN DE LAS SANCIONES	436
§ 1. Presentación	437
§ 2. Los criterios legales para cuantificar las sanciones	437
a) El perjuicio resultante de la infracción	437
b) La posición en el mercado	438
c) Los beneficios derivados de la infracción	438
d) La intencionalidad	438
e) La reincidencia	439
§ 3. Fundamentación	439
ART. 50. PRESCRIPCIÓN	439
§ 1. Presentación	440
§ 2. La evolución regresiva del instituto	440
a) El viejo art. 50 de la Ley de Defensa del Consumidor	440
b) El actual art. 50 de la Ley de Defensa del Consumidor	441
c) Nuestra opinión crítica	442
§ 3. El Código Civil y Comercial como núcleo duro de protecciones al consumidor	443
a) El contrato de seguros es un contrato de consumo	444
b) Ley más favorable para los consumidores	445

29 **ÍNDICE GENERAL**

c) La raíz constitucional de los derechos del consumidor	445
d) La norma más benigna	446
§ 4. La prescripción en la sede administrativa	446
ART. 51. COMISIÓN DE UN DELITO	447
§ 1. Comentario	447
JURISPRUDENCIA	
A. Sanciones	447
B. Sanciones. Procedencia	448
C. Sanciones. Graduación	448
D. Publicación de la sanción	448
E. Sanciones. Naturaleza jurídica	449
F. Incumplimiento del acuerdo	449
G. Prescripción	449

**CAPÍTULO XIII
DE LAS ACCIONES**

ART. 52. ACCIONES JUDICIALES	451
§ 1. Presentación: intereses individuales y colectivos	452
§ 2. Legitimación activa	453
a) El usuario o consumidor afectado	454
b) Las asociaciones de defensa del consumidor	454
c) La autoridad de aplicación nacional o provincial	454
d) El Defensor del Pueblo	455
e) El Ministerio Público Fiscal	456
§ 3. El desistimiento y la caducidad en los procesos de consumo	456
ART. 52 «BIS». DAÑO PUNITIVO	457
§ 1. Análisis del texto legal	458
a) Presentación	458
b) Incumplimiento obligacional	458
c) Indemnización extraordinaria	459
d) Instancia de parte	460
e) Factor subjetivo de atribución	460
f) Solidaridad	460
§ 2. Presentación de un instituto rupturista	461
§ 3. La evolución del derecho de daños: de los factores objetivos de atribución de responsabilidad a los daños punitivos	463
§ 4. El sentido ético de los daños punitivos	465
§ 5. La opinión mayoritaria de la doctrina nacional	466
§ 6. La opinión disidente de Sebastián Picasso	469
§ 7. Nuestra opinión crítica al pensamiento de Sebastián Picasso	471
§ 8. Aspectos controvertidos de los daños punitivos. La experiencia del derecho extranjero	472
a) Presentación	472
b) La segmentación de la producción	473

ÍNDICE GENERAL

30

§ 9. Aspectos constitucionales	474
a) Presentación	474
b) La cuantificación de los daños punitivos	475
c) El tope previsto en la Argentina	475
§ 10. Los casos célebres del derecho extranjero	476
a) Presentación	476
b) «Grimshaw v. Ford Motor Company», 1981	476
1. Sumario de los hechos	476
2. Defecto de diseño	477
3. Las calculaciones de costo y beneficio	478
4. Los daños punitivos y la puja entre la equidad y la seguridad jurídica	478
5. Las punitivos excesivos	478
c) «BMW of North America v. Gore», 1996	479
1. Presentación	479
2. Los hechos	479
3. Política de no información	480
4. Cuantificación excesiva de los daños punitivos	480
d) «State Farm Mutual Auto Insurance v. Campbell», 2003	483
1. Presentación	483
e) «Philip Morris USA v. Williams», 2007	484
1. Presentación	484
2. Los terceros ajenos al pleito y la cuantificación de los daños punitivos	485
3. Los hechos	485
4. Los argumentos de Philip Morris	486
I. Víctimas ajenas al pleito	486
II. Proporcionalidad entre las indemnizaciones regulares y los daños punitivos	487
III. Opinión de la mayoría de la Corte, conducida por el juez Breyer	488
f) «Exxon Shipping Co. et al. v. Baker et al.», 25/6/08	491
1. Presentación	491
2. Los hechos	491
3. Cuantificación de los daños punitivos	491
I. Proporcionalidad entre los daños punitivos y las restantes indemnizaciones	492
II. La conducta del agente dañador. Finalidad preventiva de los daños punitivos	492
III. La arbitrariedad	493
IV. Criterios aplicables	493
V. El 1/1: una fórmula posible	493
VI. La situación en la Argentina	494
§ 11. Los daños punitivos en el anteproyecto de reforma de la Ley de Defensa del Consumidor	496
§ 12. Reflexiones finales: el triunfo de las minorías es una forma invertida de la democracia	498
§ 13. Conclusiones	498
ART. 53. NORMAS DEL PROCESO	499
§ 1. Presentación	500

31

ÍNDICE GENERAL

§ 2. Juicio abreviado y de conocimiento. La exclusión del juicio ejecutivo	500
§ 3. Representación por carta poder	502
§ 4. La gratuidad de la justicia y la justicia gratuita	502
a) Presentación	502
b) La gratuidad en las acciones individuales	502
c) El incidente de solvencia en las acciones individuales de consumo	503
d) La gratuidad en las acciones colectivas	503
e) Las presunciones	503
§ 5. Las cargas probatorias	504
ART. 54. ACCIONES DE INCIDENCIA COLECTIVA	505
§ 1. Presentación	506
§ 2. Intervención del Ministerio Público	506
§ 3. El acuerdo conciliatorio	506
a) Intervención pública	507
b) Homologación	507
c) Derecho de opción	507
§ 4. La sentencia	508
a) La cosa juzgada	508
b) Notificación	508
c) Sentencias que rechazan la petición de la clase	509
§ 5. El principio de la reparación integral	510
a) Presentación	510
b) Criterios legales para la asignación de las indemnizaciones particulares	510
§ 6. Evolución histórica de las acciones de clase en la Argentina	512
a) Introducción	512
b) «Kattan c. Estado Nacional», 1983	513
1. Presentación	513
2. Aspectos relevantes del fallo	513
c) «Ekmekdjian c. Sofovich», 1992	515
1. Presentación	515
2. Aspectos relevantes del fallo	515
d) «Defensoría del Pueblo c. Edesur», 2000	515
1. Presentación	515
2. Aspectos relevantes del fallo	516
e) Caso «Mujeres por la Vida», 2006	516
1. Presentación	516
2. Aspectos relevantes del fallo de minoría	517
f) El caso «Halabi», 2009	517
1. Presentación	517
2. Aspectos relevantes del fallo	518
3. La causa única de afectación y pluralidad relevante de afectados	518
4. Las acciones de clase y los montos reclamados	518
g) «Padec c. Swiss Medical», 2013	519
1. Presentación	519
2. Aspectos relevantes del fallo	519

ÍNDICE GENERAL

32

h) «Consumidores Financieros c. Prudencia Cía. Argentina de Seguros», 2014	520
1. Presentación	520
2. Aspectos relevantes del fallo	521
3. Reflexiones críticas	522
§ 7. Las acciones de clase en el derecho argentino	522
a) Presentación	522
b) Aspectos relevantes de las acciones de clase	523
1. El interés público	523
2. Las asimetrías de origen del mercado	523
3. La rentabilidad por el juicio no realizado	524
c) Necesidad y utilidad social de los procesos colectivos	525
d) Conclusión	525
ART. 54 «BIS»	526
§ 1. Presentación	526
§ 2. Publicación obligatoria	526
§ 3. Diario judicial	526
§ 4. Gastos	526
JURISPRUDENCIA	
A. Juicio ejecutivo y relación de consumo. Reglas procesales aplicables	527
B. Relación de consumo. Reglas procesales aplicables	527
C. Cargas probatorias de la parte actora	527
D. Cargas probatorias	528
E. Daños punitivos. Conductas desaprensivas. Salud	529
F. Daños punitivos. Cuantificación	530
G. Daños punitivos. Función preventiva	531
H. Daños punitivos. Cuantificación. Montos elevados	531
I. Daños punitivos. "Overbooking"	531
J. Gratuidad. Extensión limitada	532
K. Gratuidad. Extensión amplia	532
L. Acciones colectivas. Cosa juzgada	533
M. Acciones colectivas. Reparación integral. Daños diferenciados	533
N. Acciones colectivas. Causa única de afectación	534
Ñ. Acciones colectivas. Intereses difusos y colectivos	534
O. Acciones colectivas. Legitimación	534

CAPÍTULO XIV**DE LAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES**

ART. 55. LEGITIMACIÓN	535
§ 1. Presentación	536
§ 2. Legitimación activa	536
§ 3. Representación amplia	536
§ 4. La gratuidad amplia en las acciones de clase. Nuestra posición histórica	537
ART. 56. AUTORIZACIÓN PARA FUNCIONAR	538
§ 1. Presentación	539

33

ÍNDICE GENERAL

§ 2. Finalidad de las asociaciones de defensa del consumidor	539
a) Velar por el cumplimiento de la ley	539
b) Informar	539
c) Educar	540
§ 3. Enunciación genérica de actividades	540
ART. 57. REQUISITOS PARA OBTENER EL RECONOCIMIENTO	540
§ 1. Presentación	541
§ 2. Restricciones legales	541
a) Políticas	541
b) Económicas	541
c) Donaciones	541
d) Pautas publicitarias	542
ART. 58. PROMOCIÓN DE RECLAMOS	542
§ 1. Presentación de una norma insólita	543
a) Sustanciación facultativa	543
b) Trámite	543
c) Función conciliadora	544
JURISPRUDENCIA	
A. Legitimación	544
B. Legitimación. Acciones individuales	545
C. Legitimación. Inscripción. Registro	546
D. Acción colectiva. Destino de la sentencia	546

CAPÍTULO XV**ARBITRAJE**

ART. 59. TRIBUNALES ARBITRALES	546
§ 1. Presentación	547
§ 2. El Sistema Nacional de Arbitraje de Consumo (SNAC)	547
JURISPRUDENCIA	
A. Arbitraje de consumo. Recurso único	550
B. Nulidad laudo arbitral	550
C. Apelación. Renuncia	550

TÍTULO III - DISPOSICIONES FINALES**CAPÍTULO XVI****EDUCACIÓN AL CONSUMIDOR**

ART. 60. PLANES EDUCATIVOS	551
§ 1. Presentación	551
§ 2. Una realidad preocupante	551

ÍNDICE GENERAL 34

ART. 61. FORMACIÓN DEL CONSUMIDOR 553
§ 1. Comentario 553

ART. 62. CONTRIBUCIONES ESTATALES 553
§ 1. Presentación 554
§ 2. Representatividad 554
§ 3. Planes y objetivos 554

CAPÍTULO XVII

DISPOSICIONES FINALES

ART. 63 554
§ 1. Presentación 554
§ 2. Supletoriedad 555
§ 3. Aspectos relevantes del transporte aéreo en la LDC 555

ART. 64 556
§ 1. Comentario 556

ART. 65 557
§ 1. Presentación 557
§ 2. Características del orden público en la Ley de Defensa del Consumidor 557
a) Trascendencia 557
b) Irrenunciabilidad 558
§ 3. El orden público en el Código Civil y Comercial 558
a) Presentación 558
b) Análisis del art. 12 del CCCN 559
1. Presentación 559
2. Las normas imperativas y el orden público 560
3. El fraude del art. 12 560
4. La integración del acto jurídico 561
§ 4. Conclusión 561

ART. 66 561

JURISPRUDENCIA

A. Orden público 562
B. Orden público. Nulidad de oficio 563
C. Orden público. Prelación normativa. Seguros 563
D. Orden público. Prelación normativa 563
E. Orden público y derechos humanos 565

BIBLIOGRAFÍA GENERAL 567