

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

TESIS

Universidad Nacional de La Matanza

Escuela de Posgrado

Doctorado en Ciencias Jurídicas

Tesis Doctoral: El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

Doctoranda: Cynthia Gabriela Ronquillo

Directora de Tesis: Dra. Nélida Pérez

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

Dedicatoria:

Quiero dedicar este trabajo a Pedrito, mi hermano adorado y admirado, quien es mi inspiración permanente, la luz que me ilumina desde el cielo y el viento que sopla bajo mis alas.

Agradecimientos:

Todo lo que soy, lo que sueño y lo que proyecto en esta tesis doctoral solo es posible gracias a mi familia, a mis amigos, a mis profesores, a la Dra. Nélide Pérez quien me distinguió con el honor de ser mi directora de tesis, al Dr. Franco Fiumara, entrañable amigo y mentor; y especialmente a la Universidad Nacional de La Matanza y a sus autoridades que forjaron en mí una huella profesional de solvencia y ética, anclada en valores que sostengo y practico cada día para honrar El Camino a la Excelencia que signa a quienes amamos a esta Casa de Altos Estudios.

Resumen:

La tesis pretende profundizar en la problemática que supone la irrupción de la tecnología digital como plataforma mediadora del acto de consumo, para el colectivo hipervulnerable compuesto por adultos mayores en Argentina, siendo éstos migrantes respecto de entornos virtuales y su cultura particular. En ese especial contexto, la tutela jurídica hace foco en diversos ejes que implican el análisis de la obligación de información de los proveedores, la previsión de tipos de publicidad ilícita, la reglamentación de la oferta, el trato digno y equitativo, el crédito para el consumo y las ventas domiciliarias y por otras modalidades. La presencia e intervención del estado en cuanto al control, vigilancia y juzgamiento de potenciales violaciones al orden público consumeril acompañarán el desarrollo del trabajo y a partir de los aportes de la doctrina y del derecho positivo, se intentará dar respuesta a las incógnitas que guían la construcción de la hipótesis a fin de comprobarla o eventualmente refutarla. Es dable destacar que en la actualidad este grupo humano se encuentra invisibilizado y muchas veces subsumido en la amplia categoría de “consumidores”, que no atiende a sus particularidades, involucrando un potencial riesgo para la concreción de sus derechos humanos.

Summary:

The thesis aims to delve into the problem of the emergence of digital technology as a mediating platform for the consumer's act, for the hypervulnerable group integrated by older adults in Argentina, these people, being migrants regarding virtual environments and their particular culture. In this special context, legal protection focuses on various axes that involve the analysis of the information obligation of suppliers, the forecast of types of illicit advertising, the regulation of supply, fair and equitable treatment, credit for consumers and digital sales. The presence and intervention of the public administration in terms of control, surveillance and judgment of potential violations of consumer public order will accompany the development of the work and based on the contributions of the doctrine and positive law, an attempt will be made to respond to the unknowns that guide the construction of the hypothesis in order to prove it or eventually refute it. We must recognize that at present this human group is invisible and often subsumed in the broad category of "consumers", which

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

does not attend to their particularities, involving a potential risk for the realization of their human rights.

Palabras claves:

ADULTOS MAYORES – DERECHOS HUMANOS – DERECHO DEL CONSUMO –
ACCESO AL CONSUMO – IGUALDAD REAL DE OPORTUNIDADES –
HIPERVULNERABILIDAD – CONSUMO DIGITAL - DISCRIMINACIÓN

Tema: Adultos mayores y consumo mediado por la tecnología digital.

Problema: El acceso de los adultos mayores al consumo en entornos digitales.

1. Introducción:

Los derechos humanos del colectivo de adultos mayores importan una temática en permanente evolución y presentan una serie de desafíos para la Nación dada la evidente distancia que se hace presente entre el ser y el deber ser definido y delimitado en el derecho positivo y con miras hacia la plena integración de quienes componen esa cada vez más numerosa franja etaria. Desde este posicionamiento, nuestra estructura jurídica incorpora este plexo de derechos desde la sanción misma de la Carta Magna en el año 1853, aun cuando no se los denominase de esa manera. Es por ello, que podemos encontrarlos en el cuerpo de la Constitución Nacional e incluso reconocerlos como la base sobre la cual se asientan otros derechos que van adunándose sobre aquellos. Sin embargo, las políticas públicas basadas en la concreción de los derechos humanos y la preocupación internacional por éstos se potencian luego de la finalización de la Segunda Guerra Mundial. A partir de ese hito histórico, las naciones concentraron esfuerzos locales e internacionales tendientes a proteger la dignidad humana, y especialmente a los colectivos humanos que por diversas circunstancias se encuentran colocados en desigualdad y vulnerabilidad respecto del resto.

En la Argentina, las políticas de Estado en materia de vejez tienen antecedentes en la década de 1940, cuando se establecieron los “derechos de la ancianidad”. Por iniciativa de la Fundación de Ayuda Social, el 26 de agosto de 1948, se proclamaron los derechos de la ancianidad, como una especie de recompensa hacia ese colectivo, por haber dado su esfuerzo en bien de la comunidad. Ello tuvo su reflejo en la reforma constitucional de 1949 y fue propuesto por nuestro país como un tema de interés a la Asamblea General de la ONU desde 1948¹. Sin embargo, recién en 1994, con la explicitación de la Igualdad Real de Oportunidades en nuestra norma suprema, encontramos fortalecida la tutela de los derechos fundamentales de nuestros adultos mayores. En el artículo 75 inc. 23 se menciona específicamente al colectivo en cuestión como un grupo vulnerable que merece una protección especial por parte del estado, y se faculta al Congreso Nacional a legislar fomentando políticas públicas que supongan incluso la discriminación inversa, a partir de

¹ Secretaría de Derechos Humanos - Coordinadores Pochtar Nora y Pszemirower Santiago, "Personas adultas mayores y derechos humanos" - 1a ed. - Buenos Aires: Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación - Secretaría de Derechos Humanos. 2011.

medidas de acción positiva, que propugnen la efectivización de la aquiescencia tuitiva de los derechos de los ancianos. Esto importa básicamente la manda impuesta a nuestros legisladores de sancionar normas que coadyuven a la realización de los derechos esenciales de los adultos mayores en condiciones de igualdad, en términos de cantidad y calidad respecto del resto de la población.

El 31 de mayo del año 2017, se publicó en el Boletín Oficial la ley 27.360, que torna vigente en el territorio nacional, la Convención Interamericana Sobre Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores. Esto implicó un avance y el espaldarazo necesario para traccionar hacia la concreción de los derechos de este colectivo. El objeto de la Convención es promover, proteger y asegurar el reconocimiento y el pleno goce y ejercicio, en condiciones de igualdad, de todos los derechos humanos y libertades fundamentales de la persona mayor, a fin de contribuir a su plena inclusión, integración y participación en la sociedad. Esta convención complementa los derechos que la propia Constitución Nacional reconoce a los mayores y se entronca en un complejo de mandas jurídicas que imponen la protección de estos sujetos a los cuales se caracteriza como hipervulnerables. El mismo devenir histórico ha mostrado el esfuerzo legisferante encaminado hacia la atención especial de este colectivo en el marco de las relaciones de consumo. Baste analizar la Resolución 139/2020 de la Secretaría de Comercio Interior, que establece la hipervulnerabilidad de los adultos mayores. Ello se potencia negativamente dado que un adulto mayor puede padecer de discriminación múltiple, es decir que a la discriminación basada en su edad, se suma una o más causales de discriminación, como por ejemplo, el género, la orientación sexual, la raza, la pobreza o incluso la discapacidad o enfermedad. En estos supuestos, el grado de indefensión se agrava y la necesidad de protección se torna imperativa a fin de evitar la flagrante violación de la igualdad y la dignidad que debe ser siempre el foco de la vida humana.

La vulnerabilidad de los adultos mayores se sustenta en la inveterada discriminación que padecen en la posibilidad real de acceso a sus derechos fundamentales. Entre ellos mencionaremos la salud, la educación, la libertad, la igualdad, el trabajo, el esparcimiento y la participación ciudadana. Nótese aquí que los mismos se solventan cada vez con más intensidad y frecuencia a través de medios digitales y requieren un cúmulo de recursos económicos, tecnológicos y cognoscitivos, que se concretan a través de actos de consumo en entornos digitales. De tal magnitud es la preocupación internacional por esta temática, que el propio Secretario General en el año 2011, enfocó su Informe a la Asamblea General de

Naciones Unidas² hacia los derechos humanos de las personas mayores, reconociendo diversos desafíos y traccionando a la necesidad de los estados parte de tomar acción efectiva en pos de su resolución.

Se propone entonces un recorrido por algunos de los derechos que la Convención recoge y estatuye como una prerrogativa inalienable de los adultos mayores, aclarando que todos ellos se encuentran ya previstos en la Carta Magna y en tratados con jerarquía constitucional. Eso implica que la Convención aludida aporta una especie de reaseguro o reafirmación de derechos humanos que ya se reconocieron a todas las personas, pero en este caso, refiriéndolos específicamente al colectivo conformado por los adultos mayores, tornándolos en una obligación para el Estado.

- *Derecho a la igualdad y no discriminación por razones de edad:* En Argentina existen normativas internacionales y locales que incorporan el principio antidiscriminación. Ello de por sí conforma un arco de protecciones interrelacionadas que dejan sentado un valor supremo recogido de la Carta Magna y que no se expresa como una mera declaración, sino que convoca a la acción de los tres órganos que conforman la república. Cada uno de ellos tiene un espacio de proyección y ejecución de funciones que propenden a concretar en la realidad el valor “igualdad”, y que permitirán en el nivel nacional, provincial y municipal, que los adultos mayores accedan y efectivicen sus derechos humanos.

Lo expresado invita a pensar en la igualdad y su concepción jurídica. Diversos autores expertos en el derecho constitucional han ensayado conceptos de igualdad anclados en los estándares previstos en nuestra Carta Magna. Siguiendo a Gelli³, diremos que la igualdad es un concepto complejo, dado que si concebimos a la Constitución como una barrera que protege a los adultos mayores del potencial abuso del estado, estaremos ante el llamado Principio Antidiscriminación, que busca evitar que el estado incurra en distingos arbitrarios y se concentra en el individuo sin atender a su ubicación en el entramado social. Por otra parte, si entendemos que la Constitución consagra también ideales que la transforman en una especie de carta de navegación para el estado, que debe cumplir un rol proactivo para concretar los valores enraizados en la norma suprema, estaremos ante el Principio Antisubordinación, que implica el delineamiento de políticas públicas como reflejo de

² Informe del Secretario General a la Asamblea General de Naciones Unidas, A/66/173, Sexagésimo sexto período de sesiones, tema 27 c) del programa provisional. Desarrollo social: seguimiento del Año Internacional de las Personas de Edad: Segunda Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento.

³ Gelli, María Angélica "Constitución de la Nación Argentina, comentada y concordada". Tomo I: Arts. 1 a 43. Editorial La Ley. Ed. 2008.

acciones positivas a favor de la concreción de la igualdad real, removiendo obstáculos culturales, políticos o económicos a partir del trato desigual preferencial hacia el grupo social desaventajado. Para Grosman⁴, la igualdad real de oportunidades incorporada a la Constitución en la reforma del año 1994 propone un enfoque claramente superador, dado que ese trato diferencial se encamina a modificar dinámicas sociales que imponen a ciertos grupos un techo de progreso violatorio de los derechos humanos. Este proceso que supone la proactividad estatal para eliminar la discriminación negativa y procurar políticas públicas a partir de medidas de acción positivas que incorporen la discriminación inversa, se exterioriza en la decisión de participar y comprometerse también internacionalmente. Así, en el año 2015, la ONU, de la cual nuestro país es parte, aprobó la Agenda 2030 sobre desarrollo sostenible, que cuenta con diecisiete objetivos claves, uno de los cuales recepta claramente la reducción de las desigualdades. Esto da cuenta de la intencionalidad de Argentina de continuar el sinuoso camino hacia la efectivización de la igualdad de nuestros adultos mayores respecto del resto. Esta tendencia en la preocupación del concierto de naciones sobre la temática se vio agudizada incluso durante la especialísima situación de la pandemia por el COVID-19. Prueba de ello fue el debate virtual “Los Derechos Humanos de las personas de edad en la era de la COVID-19 y en el futuro”⁵ durante el cual la Alta Comisionada de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, Michelle Bachelet, declaró que todas las vidas tienen el mismo valor y que los derechos no disminuyen con la edad, y que la crisis ha dejado al descubierto, y a menudo amplificado, muchos de los desafíos a los que las personas de edad se han tenido que enfrentar durante años. Como recuerdan Sunkel y Ullmann, la inclusión digital se considera, entonces, una manera de promover la inclusión social⁶.

- *Derecho a la vida y a la dignidad en la vejez*: La vida y la dignidad humana están profundamente ligadas y resultan ser la piedra angular del andamiaje de los derechos humanos. Al enfocarnos en los adultos mayores y cómo se protege su vida y dignidad, debemos hacer pie en otros derechos que confluyen en estos dos y que los dotan de

⁴ Alegre Marcelo y Gargarella Roberto “El derecho a la igualdad, aportes para un constitucionalismo igualitario” – Capítulo XI a cargo de Grosman, Lucas “La igualdad estructural de oportunidades en la Constitución Nacional”. Segunda edición ampliada. 2012. Editorial Abeledo Perrot.

⁵ Declaración de la Alta Comisionada de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, Michelle Bachelet. 12/05/2020. Debate virtual “Los Derechos Humanos de las personas de edad en la era de la COVID-19 y en el futuro”.

⁶ Sunkel Guillermo y Ullmann Heidi. Las personas mayores de América Latina en la era digital: superación de la brecha digital. Revista de la CEPAL N° 127 (abril 2019).

significación, puntualmente, el derecho a la independencia y a la autonomía, ambos claves frente al consumo en entornos virtuales por parte de migrantes digitales. Los esfuerzos por comprender y atender la plenitud de la dignidad de los adultos mayores alcanzan felizmente a la superación de anticuados estándares de mera subsistencia e incluyen al ocio como parte fundamental del bienestar de las personas humanas. En este sentido, Juan Carlos Alcaide, advierte en su artículo para el Centro Internacional sobre el Envejecimiento (CENIE) que constituye una iniciativa europea promovida conjuntamente por la Fundación General de la Universidad de Salamanca (España), la Fundación General Consejo Superior de Investigaciones Científicas (España), la Universidade do Algarve (Portugal), La Direção-Geral de Saúde (Portugal), que la tecnología y el ocio digital pueden y deben propugnar un envejecimiento activo, anclado en la salud, la seguridad, la participación y el aprendizaje a lo largo de la vida⁷.

Para la ciencia jurídica, el concepto de vida importa un proceso de estadios que se suceden acompañados de cambios físicos, mentales, conductuales, sociales y económicos. Desde esta perspectiva, la protección de la vida se propone calcar esas mutaciones, reconociendo la vulnerabilidad propia de la niñez y de la vejez, y con ese fundamento, agravar el cuidado y la tutela jurídica de esos colectivos. Estos extremos etarios comparten ciertas características, empero se diferencian ampliamente en otras.

Los adultos mayores son sujetos de derecho con capacidad y eso implica que tienen la facultad de dirigir sus actos, tomando las decisiones que crean convenientes respecto de su persona y patrimonio. Esto significa que a menos que el adulto mayor sea declarado incapaz y se le nombre un curador, goza de la capacidad explicitada anteriormente. Este punto es realmente importante, pues refiere a la autonomía y a la libertad de pensamiento y de acción. Las pautas sociales colisionan con las previsiones jurídicas y describen una realidad que coloca a este sujeto en un rol pasivo, desnaturalizado de su autonomía y conminado a ceder su privacidad por razones de salud, económicas o familiares. Pareciera que los adultos mayores deben aceptar que otros determinen qué hacer con sus bienes, con su cuidado personal y con el estilo de vida que llevarán. Esa reducción del espacio de decisión controvierte el derecho a seguir un proyecto de vida propio y ajustado a sus deseos.

El artículo 19 de la Constitución Nacional, prevé que nadie puede ser obligado a hacer lo que la ley no manda, ni privado de lo que ella no prohíbe. Este precepto es la base de

⁷ Alcaide, Juan Carlos. Tecnología y ocio digital en las personas mayores. Blog Silver Economy: Una realidad abierta. Disponible en <https://cenie.eu/es/blogs/silver-economy-una-realidad-abierta/tecnologia-y-ocio-digital-en-las-personas-mayores>.

nuestra libertad individual y nos da el marco para comprender que los sujetos de este colectivo no están excluidos de esta garantía y que por pertenecer a un grupo vulnerable, cuentan con dispositivos especiales que los protegen.

- *Derecho al acceso a la información:* En este punto resulta relevante llamar la atención sobre los medios y las redes a través de los cuales la información circula y se torna pública.

Debido a la irrupción de la digitalización de datos y a la multiplicidad de medios y fuentes de acceso, es central reconocer la posible distancia de acceso, comprensión y operación por parte de este colectivo especial, que en general encuentra dificultad a la hora de apropiarse de la tecnología necesaria para efectivizar este derecho. Es allí donde el Estado encuentra un nicho de acción fértil en materia de capacitación para adultos mayores en áreas vinculadas a la informática y a la tecnología en general, fundada en el aumento de demanda de su uso y frente a la falta de alternativa que suele imperar, ya que la presencialidad y la tramitación tradicional tiende a desaparecer. Internet resulta erigirse en una vía indisolublemente atada a la posibilidad de acceso a informaciones indispensables para establecer comunicaciones relacionadas a actos de consumo y también para vehicular los consumos mismos. Desde esa perspectiva, los adultos mayores no son nativos digitales y por ello el grado de complejidad de su uso y aprovechamiento dependerán de la experiencia y capacitación individual que cada persona haya tenido. En este sentido, el Consejo de Derechos Humanos⁸ de la ONU durante el 48° período de sesiones dictó una resolución que reconoce que este colectivo enfrenta problemas para disfrutar de muchos de sus derechos humanos, mencionando el derecho a la alimentación, a la igualdad y no discriminación, al acceso a las nuevas tecnologías, a la educación y capacitación, al aprendizaje permanente, a la participación y a la accesibilidad. Asimismo reconoce que el edadismo agrava otras formas de discriminación y afecta negativamente a la participación de las personas de edad en todos los aspectos de la sociedad. Concluye por exhortar a los estados parte a que adopten las medidas necesarias para atender a esta situación.

- *Derecho a la educación:* Los adultos mayores tienen garantizado el acceso al sistema educativo en condiciones de igualdad respecto del resto de la población, con especial atención a sus circunstancias e incorporando en el proceso de enseñanza y aprendizaje la experiencia y

⁸ Resolución del Consejo de Derechos Humanos de la ONU. 07/10/2021. 48° período de sesiones. Tema 3 de la agenda “Derechos humanos de las personas de edad”. Promoción y protección de todos los derechos humanos, civiles, políticos, económicos, sociales y culturales, incluido el derecho al desarrollo.

el conocimiento que han acumulado, valorizando ese bagaje. En nuestro país es obligatoria la escuela media y por ello, se han pergeñado políticas públicas que se proponen acercar a la población la terminalidad educativa primaria y secundaria, en el entendimiento de que cada habitante debe desarrollarse en su potencialidad, sin importar su raza, género, situación económica o edad. En especial, se prevén diversos espacios formativos para adultos mayores en áreas de interés, que complementan la educación obligatoria, con el propósito de dotarlos de herramientas acordes a los desafíos que la dinámica social presenta.

Según el Informe sobre la capacidad de aprender en las personas mayores presentado por el Observatorio de la Deuda Social Argentina de la Universidad Católica Argentina⁹ en colaboración con la Fundación Navarro Viola y el Banco Supervielle, a través del Barómetro de la Deuda Social con las Personas Mayores, en Argentina hay cerca de seis millones de adultos mayores y aproximadamente el treinta por ciento de ellos manifiesta interés en estudiar. El análisis realizado por dicha institución refleja que las personas de esa franja etaria que han proseguido sus estudios tienen interés en continuar profundizándolos y que la mayoría de ellos pertenecen a la clase media. Este ensayo recoge la conclusión de la Organización Mundial de la Salud, según la cual, al continuar aprendiendo, las personas mayores pueden adquirir conocimientos y capacidades para controlar su salud, mantenerse al día respecto de los avances en materia de información y tecnología, participar (por ejemplo, mediante el trabajo o el voluntariado), adaptarse al envejecimiento (por ejemplo, a la jubilación, a la viudez o a cuidar de otra persona), mantener su identidad y conservar el interés en la vida. Además, se relaciona estrechamente con las capacidades para crecer -en lo mental, en lo físico, en lo social y en lo emocional- y de tomar decisiones. A su vez, el crecimiento personal continuo permite -siempre según la OMS- que las personas mayores puedan hacer lo que valoran. Al garantizar el derecho a la educación, y dentro de ella la capacitación en tecnología, se propende a la posibilidad real de acceso al uso de los avances en esa área, especialmente relacionados con el consumo.

- *Derecho al consumo:* Si bien el mismo no se expresa de manera explícita en la Convención, éste resulta ser una derivación inexpugnable de la dignidad humana. Debido a que vivimos en una sociedad de consumo y a que las personas participamos de un mercado con una oferta profesionalizada y ataviada con rasgos de concentración vertical y horizontal, la propia Constitución Nacional a partir de la reforma del año 1994, incorporó en el capítulo

⁹ Amadasi, Enrique; Ciccari, María Rosa. La capacidad de aprender en las personas mayores. – 1ª. Edición- Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Educa. 2019.

de Nuevos Derechos y Garantías, el artículo 42 que esgrime los derechos protectorios del consumidor en el marco de la relación de consumo. Más aun, se conformó un plexo normativo que junto a la Ley de Defensa del Consumidor, la Ley de Lealtad Comercial, la Ley de Defensa de la Competencia y el Código Civil y Comercial de la Nación, suponen una especie de Sistema Jurídico aplicable a cualquier especie de relación de consumo. Específicamente, tratan sobre algunos derechos que se vinculan íntimamente con el acceso al consumo, la obligación de información de los proveedores, la previsión de tipos de publicidad ilícita, la reglamentación de la oferta, el trato digno y equitativo, el crédito para el consumo y las ventas domiciliarias y por otras modalidades, haciendo énfasis en la especial protección de aquellas operaciones mediadas por la tecnología y medios de comunicación a distancia.

Así, es posible encontrar doctrina que aborda la problemática del consumo en entornos digitales¹⁰, pero que no se enfoca necesariamente en la especial vulnerabilidad que éste supone para los adultos mayores dada su natural ajenedad al medio, por su distancia temporal en términos de comprensión de la tecnología y de las reglas de la sociedad de redes que llegó a sus vidas como una novedad y muchas veces se presenta como un desafío respecto a los recursos culturales y económicos de que este colectivo dispone y que se diferencia de la hiperconectividad imperante en el mercado actual. Ello suele trasuntar en la necesidad de esfuerzos que cada individuo solventa según sus posibilidades para solucionar la brecha digital y que trastoca su derecho a decidir su consumo, definiendo qué, cómo, cuándo y por qué medio o canal consumir.

Preguntas-problema

¿Es el derecho a consumir un derecho humano?

¿Qué es y cuáles son los caracteres del acto de consumo mediado por la tecnología en Argentina desde el enfoque jurídico?

¿Existe una segmentación signada por el edadismo en el entorno digital de consumo?

¿Qué tácticas y estrategias existentes en materia legislativa y de política pública se encaminan a garantizar el acceso de los adultos mayores al consumo en Argentina?

¹⁰ Barocelli, Sebastián (Dir), Torres Santomé, Natalia E. (Codir.). La protección de los consumidores en el entorno digital. Ed. El Derecho. 2021.

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

¿Es el consumo en entornos digitales un espacio que permita concretar el acceso al consumo para los adultos mayores en Argentina?

¿Es suficiente la protección genérica al consumidor para garantizar la igualdad real de los adultos mayores al acceso al consumo en entornos digitales?

¿Qué propuesta viabiliza una respuesta superadora tributaria del empoderamiento de los consumidores adultos mayores en entornos digitales?

Objetivos

Objetivo general:

- Identificar la especificidad del acto de consumo mediado por la tecnología para el colectivo de los adultos mayores a fin de comprender sus particularidades y desafíos respecto de la concreción del acceso al consumo.

Objetivos específicos:

- Comprender el complejo entramado de normas referidas al consumo y sus principios rectores.
- Conocer los caracteres del acto de consumo mediado por la tecnología en Argentina.
- Analizar la segmentación propia del consumo en entornos digitales.
- Trazar una línea de coherencia interpretativa en función del principio Pro Consumidor entre la normativa positiva de distinta jerarquía enfocada en el colectivo de los adultos mayores.
- Proponer la incorporación de preceptos protectorios para este colectivo en la Ley de Defensa del Consumidor.

Hipótesis

El entorno digital dificulta el acceso al consumo para los adultos mayores en Argentina.

Metodología

Siguiendo a Juan Carlos Riofrío Martínez-Villalba¹¹, el método será unidisciplinario, dado que fundamentalmente comprenderá a la rama jurídica, especialmente al derecho constitucional y el derecho del consumidor a partir del sistema jurídico consumeril vigente. Ello supondrá la aplicación de la exégesis¹² literal, armónica y teleológica del plexo normativo de diversas jerarquías que convergen en torno a la tutela del colectivo de los adultos mayores en circunstancia del acto de consumo en entornos virtuales. El método elegido será “cualitativo”, toda vez que no se recurre al elemento número para el análisis¹³, con enfoque sociológico-empírico, pues se pretende investigar y concluir la potencial distancia entre el deber ser dispuesto por la normativa y la frontera real de posibilidades de concreción del derecho humano de acceso al consumo por parte de los adultos mayores, desde un nivel descriptivo-explicativo. Se propone generar la incorporación de la tutela específica para este colectivo como una reforma a la Ley de Defensa del Consumidor, desde un enfoque superador y respetuoso de los derechos humanos de los adultos mayores, procurando garantizar el acceso al consumo en entornos virtuales.

2. Marco Teórico

Algunos conceptos clave: Relación de consumo, consumidor y proveedor.

Comencemos por analizar brevemente la Relación de Consumo. Ese concepto es complejo, pues implica necesariamente la realización de un encuadre jurídico. Dicho encuadre refiere a la verificación de la existencia de un vínculo jurídico entre dos sujetos llamados "PROVEEDOR" y "CONSUMIDOR". A esto le denominamos Relación de Consumo. Ésta tiene una faz subjetiva, definida por la existencia de las categorías de proveedor y

¹¹ Riofrío Martínez-Villalba, Juan Carlos. La selección del método en la investigación jurídica. 100 métodos posibles”, Revista de Educación y Derecho, nro. 12, abril-septiembre 2015.

¹² Witker, Jorge. Técnicas de la enseñanza del derecho. Ed. Pac.

¹³ Villabella Armengol, Carlos Manuel, “Los métodos en las investigaciones jurídica. Algunas precisiones”, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, DR 2015, pág. 928, <http://biblio.juridicas.unam.mx>

consumidor. Si se constata que los sujetos involucrados cumplen acabadamente con las características que la normativa le confiere al consumidor y al proveedor, estaremos entonces en presencia de una relación de consumo y por ende, a los conflictos que entre aquellos se susciten, deberemos aplicarle la normativa consumeril, atento a que la misma es de ORDEN PÚBLICO. A su vez, en toda relación de consumo hallaremos un componente objetivo que refiere a la materia subyacente a la misma. Nos referimos al BIEN que motiva la relación entre los sujetos. Ese bien puede ser una cosa o un servicio.

Una vez constatada la existencia de la relación de consumo, sabremos sin dudas, que a la misma se le aplican las normas del Sistema Jurídico Consumeril, conformado por la Constitución Nacional, la Ley 24240 de Defensa del Consumidor, el Código Civil y Comercial de la Nación, el Decreto 274/2019 referido a la Lealtad Comercial y la Ley 27442 de Defensa de la Competencia. A este plexo se le agregará en cada jurisdicción local, la constitución de la provincia en cuestión y las normativas que cada distrito haya sancionado para la materia. Este es un régimen abierto y flexible, pues al mismo se le irán adicionando las normativas específicas para cada objeto base de la relación.

Imprescindible resulta señalar que la relación de consumo y el contrato de consumo NO son sinónimos, puesto que la primera es más amplia que la última.

Todo contrato de consumo es una relación de consumo, mas no toda relación de consumo implica un contrato de consumo. Nótese que el acuerdo de voluntades, el consentimiento, entendido como elemento esencial de los contratos, sólo se verificará en los contratos de consumo, pero no así en la totalidad de las relaciones de consumo, que podrían suscitarse en virtud de hechos de consumo. Sumado a ello, la diferencia entre la relación y el contrato se alimenta también de la potencial inclusión en aquella de los terceros expuestos a la relación de consumo, que sin ser parte de ella, resultan alcanzados por sus efectos nocivos. Nos referimos al sujeto conocido como Bystander, éste por definición NUNCA forma parte del posible contrato, pues no ha participado en su celebración, y por ende, no se beneficia de aquel pero, sin embargo se podría ver expuesto a sus consecuencias y eventualmente a lo disvalioso de las mismas. Esta especial categoría de consumidores es una creación pretoriana de la Corte Suprema de Justicia de la Nación (CSJN) en el caso Mosca¹⁴, por el cual el Alto Tribunal, a partir de la interpretación del art. 42 de la Constitución Nacional (CN), impregna al Bystander de una tutela amplia de idéntica extensión a la que goza un consumidor que contrata o al que se beneficia de un contrato celebrado por otra persona. Hasta ese momento

¹⁴ CSJN. 330:563. Mosca, Hugo Arnaldo c/ Provincia de Buenos Aires [Policía Bonaerense] y otros s/ daños y perjuicios. 2007.

ni siquiera la Ley de Defensa del Consumidor (LDC) preveía una protección para el Bystander, solo a partir del precedente Mosca podemos hallar dicha tutela. Más tarde, la LDC se reforma y se incorpora al tercero expuesto en la categoría de consumidor, con la misma protección que para quien contrata o se beneficia del contrato de otro consumidor. Recordemos que el art. 42 de la CN fue incorporado con la reforma del año 1994 y que junto a la LDC que es de orden público, confieren a los consumidores una protección completa e integrada por el resto de las normas de menor jerarquía.

Con la sanción del Código Civil y Comercial de la Nación (CCCN) se previó un capítulo exclusivo dedicado a los contratos de consumo. El art. 1092 de ese código, define al consumidor, y al hacerlo, restringe la figura a solo dos categorías, modificando el art. 1 de la LDC:

- Quien contrata como destinatario final; y
- Quien se beneficia del contrato de consumo celebrado por otro.

Como vemos, el Bystander no aparece en el texto del artículo, y eso suscita un debate doctrinario y jurisprudencial acerca de si una ley general como el CCCN, puede derogar una parte de una ley de orden público y con contenido constitucionalizado, restringiendo y desconociendo un derecho ya reconocido. Ello se abona a su vez a partir del Principio de la Progresividad del Derecho, que postula que una vez que se reconoce un derecho, no puede desconocerse o negarse posteriormente sin controvertir el orden jurídico establecido y anclado en la vigencia sociológica de los Derechos Humanos (luego se abundará en la caracterización del derecho consumeril como un derecho humano). De ello se sigue la cuestión de si en el derecho positivo el Bystander tiene protección o no la tiene. El art. 1096 del CCCN deja abierta la posibilidad de proteger a cualquier persona expuesta a consecuencias negativas derivadas de la publicidad, la información y la vulneración al trato digno, al trato equitativo y no discriminatorio y/o a la libertad de contratar. De su interpretación podríamos concluir entonces que el tercero expuesto encontraría protección en estas normas del derecho positivo.

Como cierre de la caracterización de la relación de consumo, citaremos a Álvarez Larrondo¹⁵, quien sostiene que la relación de consumo trae consigo una expansión “vertical”, “temporal” y “espacial” del vínculo negocial.

En efecto, la expansión vertical significa la obligación de garantizar los derechos reconocidos por la Constitución Nacional a favor de los consumidores no solo al vendedor sino a todos los integrantes de la cadena comercial.

¹⁵ El deber de seguridad objetivo en las relaciones de consumo, Jurisprudencia anotada, Lexis N° 0003/014379.

El crecimiento “horizontal” o “temporal” se refiere a que la relación de consumo no se limita al contrato, sino que se amplía su regulación a todo el tiempo que va desde la etapa previa y post contractual.

Finalmente, el ámbito “espacial” aumenta pues la protección del artículo 42 de la Constitución Nacional se extiende hasta el lugar en el que el proveedor puede ejercer autoridad o control sobre lo que allí suceda sin importar si existe vínculo contractual entre las partes.

La especial tutela consumeril está anclada en el DESEQUILIBRIO ESTRUCTURAL existente entre el consumidor (considerado siempre un profano) y el proveedor (caracterizado por ser un profesional en la actividad que desarrolla). Los legisladores han determinado de tal suerte, que los consumidores se hallan en una situación de vulnerabilidad frente a los proveedores y ello importa la necesaria intervención estatal en el control, vigilancia y juzgamiento de desvíos por parte del proveedor.

Así, el consumidor es una persona humana o jurídica de naturaleza privada (nunca pública, pues éstas contratan con un régimen exorbitante del derecho privado que impide el desequilibrio estructural, base de la protección del consumidor) que adquiere o utiliza bienes como destinatario final. Eso es lo que lo caracteriza, es decir que no introduce ese bien en ninguna cadena posterior.

Por su parte, el proveedor es una persona humana o jurídica (pública o privada) que interviene en alguna parte de la cadena de producción, comercialización o distribución de un bien. En este punto es dable destacar que hasta el año 2015, la LDC definía como característica tipificante la profesionalidad del proveedor, sin importar si existía o no habitualidad en la actividad de éste. Sin embargo, al sancionarse el CCCN, por un aparente error en la técnica legislativa, se modificó la definición del proveedor, quitándole la índole de profesional a ese sujeto. Desde esa perspectiva, tal reforma, amplía la base de sujetos que pueden ser considerados proveedores y virtualmente podría decirse que en casi cualquier operatoria hallamos una relación de consumo, siempre que el consumidor sea el destinatario final. Ello termina por desdibujar la tutela, pues imbuir del carácter de proveedor a cualquier sujeto que celebra un contrato con un consumidor implicaría someter a aquél a los rigurosísimos deberes que el Sistema Jurídico Consumeril prevé para las relaciones de consumo signadas por el desequilibrio estructural que DEBE existir entre el consumidor y el proveedor. Respecto de éste, la LDC exceptúa de esta categoría a los profesionales liberales con título universitario y un colegio que controle la matrícula. Es dable aclarar que la tutela

consumeril se aplica incluso a relaciones con estos sujetos en lo referente a la publicidad de sus servicios.

3. Escenario de desarrollo social e histórico del derecho del consumidor

El derecho consumeril resulta ser una expresión legislativa que nace como respuesta a un vacío protectorio respecto de un colectivo que conjuntaba a sujetos que se encontraban conectados por circunstancias similares y que enfrentaban idénticos desafíos. Stupenengo¹⁶ realiza un clarísimo paseo descriptivo por esa línea de tiempo construida desde los albores de la preocupación por el consumidor o usuario y su reconocimiento como especial sujeto de derecho. Dice la autora que entre los años 1835 y 1950 surgen dentro del movimiento obrero, movimientos de consumidores, logrando identificarse con más claridad hacia fines de 1940. De hecho ya en 1835, se crea en Lyon la Liga de Ultramarinos, primera cooperativa de consumo, en el marco de una organización obrera. En 1844 en Manchester, los obreros de la industria textil crearon una organización llamada "Los Equitativos Pioneros de Rochdale" y en 1928 se crea "Consumers Union" en EEUU, con un perfil específico de defensa de los consumidores.

Como consecuencia de la crisis mundial del año 1929, las primeras manifestaciones de consumidores reclamaron contra la especulación y pidieron el control de precios. Prueba de ello fueron en el año 1933 las reiteradas protestas frente al aumento desmedido de los precios del servicio de luz, de teléfono y del combustible.

En 1942 se crean los primeros organismos oficiales en Europa, tales como el Concejo Danés y el Instituto Nacional del Consumo en Francia. Durante la década del '50, se produce la explosión del consumo de productos de uso doméstico. En Argentina y América Latina se conforma la "sociedad de consumo" en base al consumo masivo de los sectores asalariados. El bienestar se traducía necesariamente en el acceso a la adquisición de los bienes y servicios que proyectaban hacia una mejor y moderna calidad de vida de las personas. En la década de 1950, existió un gran proceso inflacionario que comprometió el poder adquisitivo de la población, especialmente afectó a la clase media, que vio incrementado su costo de vida en un

¹⁶ Stupenengo, María. La ley de defensa del consumidor y el riesgo de desarrollo. Ratio Iuris. Revista de Derecho Privado. Año V, N° 1. 2017.

51%. En este contexto, el gobierno de Juan D. Perón implementó una política de austeridad que no se basaba en el sacrificio de las necesidades vitales sino en la reducción del consumo superfluo y del desperdicio. De modo tal que proporciona el Plan de Emergencia Económica -1952- y el Segundo Plan Quinquenal -1953- con dos finalidades fundamentales: producir más y consumir menos y, por primera vez, se exhortó a que el ama de casa realizara un consumo doméstico responsable a través de la austeridad en los gastos y la utilización racional de alimentos y vestido.

Un hito importante, reconocido mundialmente, dentro del desarrollo de este nuevo derecho se produce en el discurso del día 15 de marzo de 1962 que en el Congreso de los Estados Unidos, el por aquel entonces el presidente Kennedy declaró que “Consumidor, por definición, nos incluye a todos, destacando que constituyen el grupo económico más amplio que afecta y es afectado por casi cada decisión económica pública o privada. No obstante, es el único grupo importante...cuyas opiniones a menudo no son escuchadas”. De este modo, por primera vez se señalan iniciativas para proteger al consumidor y preponderó cuatro derechos de los consumidores: Derecho a productos y servicios seguros, Derecho a ser informado/a, Derecho a elegir, Derecho a ser escuchado/a.

Se transcribe ese documento de trascendental valor político que caló profundamente en las intenciones de nuestros legisladores y convencionales constituyentes al momento de pensar y diseñar una tutela eficiente del colectivo de usuarios y consumidores, y que supuso que la Organización de las Naciones Unidas (ONU) declarase en 1983 que el 15 de marzo se celebra el Día Mundial de los Derechos de los Consumidores.

Discurso pronunciado por el Presidente John Fitzgerald Kennedy ante el Congreso de los Estados Unidos:

“Consumidores, por definición, somos todos. Son el grupo mayoritario de la economía, afectando y siendo afectados por la práctica totalidad de las decisiones económicas públicas y privadas. Dos tercios del gasto total en la economía provienen de los consumidores. Pero son el único grupo importante en la economía que no están organizados eficazmente, cuya opinión es a menudo ignorada. El Gobierno Federal –por su condición el principal portavoz en nombre de todos– tiene la especial obligación de estar alerta en lo que se refiere a las necesidades de los consumidores y de hacer progresar sus intereses. Desde la entrada en vigor de la legislación de 1872 para proteger a los consumidores de los fraudes relativos al uso del correo de los Estados Unidos, el Congreso y el Poder Ejecutivo han estado de manera progresiva al corriente de su responsabilidad para hacer realidad que la economía de nuestra Nación esté al servicio de los intereses de los consumidores de una forma idónea y

adecuada. En lo fundamental, les ha beneficiado extremadamente bien. Cada generación sucesiva ha disfrutado de mayores ingresos y una más rica variedad de bienes y servicios. Resultado de esto es que nuestro nivel de vida es el mejor del mundo – y, en menos de 20 años, mejorará otro 50%—. Siendo tan afortunados, no podemos sin embargo permitirnos el derroche en el consumo al igual que no podemos permitir la ineficiencia en los negocios o en el Gobierno. Si los consumidores reciben productos inferiores, si los precios son exorbitantes, si los medicamentos son inseguros o ineficaces, si el consumidor no es capaz de decidir partiendo de la información, entonces estamos tirando su dinero, su salud y seguridad pueden estar amenazadas, y el interés nacional sufre. Por otra parte, el creciente esfuerzo para hacer el mejor uso posible de sus ingresos puede contribuir mejor al bienestar de la mayoría de las familias que el esfuerzo equivalente de incrementar los mismos [los ingresos]. La evolución de la tecnología – afectando por ejemplo a los alimentos que consumimos, las medicinas que tomamos y muchos de los electrodomésticos que usamos en nuestros hogares– ha incrementado las dificultades del consumidor al tiempo que sus oportunidades; y ha invalidado mucha de la legislación anterior y hecho necesaria una nueva regulación. El supermercado típico de antes de la II Guerra Mundial almacenaba en torno a 1.500 productos alimenticios distintos, una cantidad impresionante como se mire. Pero en la actualidad maneja en torno a los 6.000. El 90% de las recetas médicas que se emiten actualmente son de medicinas que eran totalmente desconocidas hace 20 años. Muchos de los nuevos productos de uso diario en los hogares son altamente complejos. Se requiere al ama de casa para que sea un electricista amateur, o un mecánico, químico, toxicólogo, dietista y matemático, pero en raras ocasiones se le proporciona la información que necesita para desempeñar estas tareas adecuadamente. La comercialización es cada vez más impersonal. La decisión del consumidor se ve influenciada por la publicidad masiva que utiliza mecanismos de persuasión altamente desarrollados. Normalmente el consumidor no puede saber si la elaboración de las medicinas reúne los estándares mínimos de seguridad, calidad y eficacia. Normalmente tampoco sabe cuánto paga por los préstamos al consumo; si una comida preparada tiene mayor poder nutritivo que otra; si el resultado de un producto satisfará sus necesidades; o si el “paquete tamaño económico” es realmente una ganga. La mayoría de los programas emanados de esta Administración –por ejemplo la expansión del comercio mundial, la mejora de las prestaciones médicas, la disminución de impuestos a los viajeros, el refuerzo de los transportes colectivos, el desarrollo de las áreas de conservación y recreativas y la energía más barata– son de incumbencia directa o inherente a los consumidores. Necesitamos acción legislativa y administrativa adicional, no obstante, si el Gobierno Federal tiene que hacer

frente a su responsabilidad de cara a los consumidores en el ejercicio de sus derechos. Éstos incluyen: 1) El derecho a la seguridad, a ser protegidos contra la comercialización de productos que sean peligrosos para la salud o la vida. 2) El derecho a la información, a ser protegidos contra la información, publicidad, etiquetado, o cualesquiera otras prácticas fraudulentas, engañosas o básicamente confusas, y a que le sean suministrados todos los hechos que necesita para tomar una decisión basada en la información. 3) El derecho a elegir, a que se le asegure, siempre que sea posible, el acceso a una variedad de productos y servicios a precios competitivos; y en aquellos sectores en los que la competencia no es operativa y la regulación gubernamental es reemplazada, la seguridad de una calidad y servicio satisfactorio a los mejores precios. 4) El derecho a ser oídos, a tener la seguridad de que los intereses de los consumidores serán tenidos de total y comprensivamente en consideración la elaboración de las políticas del Gobierno, y a un tratamiento adecuado y ágil en los tribunales administrativos. Para promover el mayor cumplimiento de estos derechos de los consumidores, es necesario que los programas vigentes del Gobierno sean reforzados, una mejora en la organización gubernamental, y, en determinadas áreas, que se implemente nueva legislación.

I. REFORZAMIENTO DE LOS PROGRAMAS VIGENTES Esta Administración ha promovido una amplia gama de acciones concretas para reforzar los programas actualmente en vigor. Los mayores progresos se han conseguido o están camino de hacerlo en muchas áreas importantes. Y el presupuesto de 1963 incluye recomendaciones para mejorar la eficacia de casi todos los programas principales de protección al consumidor.

1) Protección en la alimentación y medicación. Miles de productos comunes para el hogar actualmente a disposición de los consumidores contienen sustancias potencialmente dañinas. Cada año cientos de nuevos usos para productos como los aditivos alimentarios, colorantes alimentarios y pesticidas salen a la luz, añadiendo nuevos peligros potenciales. Para ofrecer una mejor protección y regulación legal en esta área vital, he recomendado un incremento del 25% en la plantilla del Departamento de Alimentación y Medicamentos que está actualmente pendiente de aprobación en el Congreso, el mayor incremento en la historia del departamento. Adicionalmente, para asegurar el efectivo registro de los pesticidas, se ha creado una nueva división dentro del Departamento de Agricultura; y se están exigiendo mayores requisitos en la regulación de pesticidas y en lo que concierne a las actividades de inspección en la ganadería y en la cría de aves.

2) Transporte más seguro. Dado que América (Estados Unidos) hace un uso de autopistas y de transporte aéreo mayor que el de ninguna otra nación, el incremento de la velocidad y de la congestión nos ha exigido adoptar medidas especiales de seguridad. La Agencia Federal de Aviación ha reexaminado los requisitos de control del

tráfico aéreo y está diseñando un sistema mejorado para reforzar la seguridad y la eficiencia del futuro tráfico aéreo. El Secretario de Comercio ha creado la Oficina de Seguridad en las Autopistas dentro de la Agencia de Carreteras Públicas para promover el apoyo público a los estándares de seguridad de las autopistas, coordinar el uso de nuevos hallazgos en la investigación de seguridad en las autopistas y fomentar la cooperación del Estado con los gobiernos locales, la industria y grupos relacionados –el Departamento de Salud, Educación y Bienestar está asimismo reforzando su actividad en la prevención de accidentes– y la Comisión de Comercio Interestatal está reforzando el cumplimiento de las exigencia de seguridad para los transportes por carretera. Adicionalmente, estoy solicitando a los Departamentos de Comercio y de Salud, Educación y Bienestar que revisen, con representantes de la industria del automóvil, aquellos cambios en el diseño y equipamiento de los automóviles que contribuyan a ayudarnos a reducir la inasumible cifra de vidas humanas que se cobran las autopistas y la contaminación del aire que respiramos. Una nueva legislación no parece necesaria por el momento a la vista de la acción de la industria del automóvil en el diseño de cambios en los nuevos modelos que reducirán la contaminación atmosférica. 3) Protección financiera. Se están tomando importantes medidas que contribuyan a asegurar una más adecuada protección a los ahorros que los consumidores prudentes guardan para la adquisición de bienes caros, para el día de la tormenta, para la educación de sus hijos, o para hacer frente a sus necesidades en la jubilación”.

A fines de los 70, son los estados quienes comienzan a formar agencias de consumidores y a emitir las primeras normativas y leyes regulando la materia.

Es dable destacar por su rico y visionario contenido, algunos pasajes del Mensaje Ambiental a los Pueblos y Gobiernos del Mundo¹⁷ del Pte. Juan Domingo Perón, dado en Madrid y difundido el 21 de febrero de 1972.

“...Las mal llamadas "Sociedades de Consumo", son, en realidad, sistemas sociales de despilfarro masivo, basados en el gasto, por el gusto que produce el lucro. Se despilfarra mediante la producción de bienes necesario o superfluos y, entre estos, a los deberían ser de consumo duradero, con toda intención se les asigna cierta vida porque la renovación produce utilidades. Se gastan millones en inversiones para cambiar el aspecto de los artículos, pero no para reemplazar los bienes dañinos para la salud humana, y hasta se apela a nuevos procedimientos tóxicos para satisfacer la vanidad humana. Como ejemplo bastan los autos

¹⁷ Perón, Juan Domingo. Mensaje Ambiental a los Pueblos y Gobiernos del Mundo. 21/02/1972. Madrid. Disponible en <http://archivoperonista.com/documentos/declaraciones/1972/mensaje-ambiental-peron-pueblos-gobiernos-mundo/>

actuales que debieran haber sido reemplazados por otros con motores eléctricos, o el tóxico plomo que se agrega a las naftas simplemente para aumentar el pique de los mismos. No menos grave resulta el hecho de que los sistemas sociales de despilfarro de los países tecnológicamente más avanzados funcionen mediante el consumo de ingentes recursos naturales aportados por el Tercer Mundo. De este modo el problema de las relaciones dentro de la humanidad es paradójicamente doble: algunas clases sociales - la de los países de baja tecnología en particular - sufren los efectos del hambre, el analfabetismo y las enfermedades, pero al mismo tiempo las clases sociales y los países que asientan su exceso de consumo en el sufrimiento de los primeros tampoco están racionalmente alimentados, ni gozan de una auténtica cultura o de una vida espiritual o físicamente sana. Se debaten en medio de la ansiedad y del tedio, y los vicios que produce el ocio mal empleado.

Lo peor es que, debido a la existencia de poderosos intereses creados o por la falsa creencia generalizada de que los recursos naturales vitales para el hombre son inagotables, este estado de cosas tiende a agravarse, mientras un fantasma - el hombre- recorre el mundo devorando 55 millones de vidas humildes cada 20 meses, afectando hasta países que ayer fueron graneros del mundo, y amenazando expandirse de modo fulmíneo en las próximas décadas. En los centros de más alta tecnología se anuncia entre otras maravillas, que pronto la ropa se cortará con rayos láser y que las amas de casa harán compras por televisión y las pagarán mediante sistemas electrónicos. La separación dentro de la humanidad se está agudizando de modo tan visible que parece que estuviera constituida por más de una especie. El ser humano cegado por el espejismo de la tecnología ha olvidado las verdades que están en la base de su existencia. Y así, mientras llega a la luna gracias a la cibernética, la nueva metalurgia, combustibles poderosos, la electrónica y una serie de conocimientos teóricos fabulosos, mata el oxígeno que respira, el agua que bebe, y el suelo que le da de comer y eleva la temperatura permanente del Mensaje Ambiental a los Pueblos y Gobiernos del Mundo Juan Domingo Perón 3 medio ambiente sin medir sus consecuencias biológicas. Ya en el colmo de su insensatez, mata el mar que podía servirle de última base de sustentación”.

4. Estructuración de la tutela jurídica genérica y específica del consumidor en Argentina

Primeramente nos proponemos comprender el entramado normativo que tutela a los consumidores en general, acercándonos luego a la especial categoría del adulto mayor consumidor, intentando ajustar los principios fundantes de la tutela consumeril al colectivo particular desde la interpretación y armonización de las normas, la construcción doctrinaria y la respuesta jurisdiccional que ilumina el trazo de efectivización del derecho a acceder y concretar el acto de consumo mediado por la tecnología.

4.1. Antecedentes de la tutela consumeril:

A continuación se refieren algunos antecedentes internacionales que inspiraron la construcción del sistema jurídico consumeril en Argentina y que traccionan hacia su permanente oxigenación e interpretación novedosa:

- El Tratado de Roma de 1957 cuyo objetivo fue crear el mercado común de los países europeos independientes. Su protocolo incluía en el preámbulo como meta relevante de la comunidad, la elevación acelerada del nivel de vida garantizando precios razonables en los suministros al consumidor¹⁸.
- La Constitución Política de España (1978): prevé en el artículo 51 que “Los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, protegiendo, mediante procedimientos eficaces, la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de los mismos. Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquéllos, en los términos que la ley establezca. En el marco de lo dispuesto por los apartados anteriores, la ley regulará el comercio interior y el régimen de autorización de productos comerciales”. Agregando en el artículo 52 que “La ley regulará las organizaciones profesionales que contribuyan a la

¹⁸ Stiglitz, Gabriel y otros. Derecho del consumidor. Ed. Juris. 2000.

defensa de los intereses económicos que les sean propios. Su estructura interna y funcionamiento deberán ser democráticos".

- La Constitución Política de El Salvador (1982): dispone en su artículo que “El orden económico debe responder esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna del ser humano. El Estado promoverá el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos. Con igual finalidad, fomentará los diversos sectores de la producción y defenderá el interés de los consumidores”. Y el artículo 110 establece que “No podrá autorizarse ningún monopolio sino a favor del Estado o de los Municipios, cuando el interés social lo haga imprescindible. Se podrán establecer estancos a favor del Estado. A fin de garantizar la libertad empresarial y proteger al consumidor, se prohíben las prácticas monopolísticas. Se podrá otorgar privilegios por tiempo limitado a los descubridores e inventores y a los perfeccionadores de los procesos productivos. El Estado podrá tomar a su cargo los servicios públicos cuando los intereses sociales así lo exijan, prestándolos directamente, por medio de instituciones oficiales autónomas o de los municipios. También le corresponde regular y vigilar los servicios públicos prestados por empresas privadas y la aprobación de sus tarifas, excepto las que se establezcan de conformidad con tratados o convenios internacionales; las empresas salvadoreñas de servicios públicos tendrán sus centros de trabajo y bases de operaciones en El Salvador”.
- Las Directrices del Consumidor de las Naciones Unidas aprobadas por la Asamblea General de las Naciones Unidas en el año 1985 ampliadas y renovadas en 1999 y en 2015. Allí los estados signatarios se plantearon los siguientes objetivos:
 - Ayudar a los países a lograr una protección adecuada de sus habitantes consumidores.
 - Instar a los productores y distribuidores a adoptar normas de ética de conducta.
 - Ayudar a poner freno a las prácticas comerciales abusivas.

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

- Facilitar la creación de grupos defensores de consumidores.
- Fomentar la cooperación internacional.
- Promover condiciones que den a los consumidores mayor selección a precios más bajos.

En procura de estos objetivos se establecieron las siguientes directrices:

- Seguridad física: los productos deben ser inocuos o previsibles.
 - Promoción y protección de los intereses económicos: las políticas de los estados deben favorecer el máximo beneficio posible para los consumidores.
 - Normas de seguridad y calidad: deben tener la publicidad adecuada y actualizarse.
 - Medidas de compensación: medidas legales y administrativas para obtener compensaciones y solucionar controversias.
 - Programas de educación e información: para que sepan discernir y conocer sus derechos.
-
- Constitución Política de la República de Guatemala (1985 con reformas de 1993): define dentro de las obligaciones del estado, en su artículo 119, “La defensa de consumidores y usuarios en cuanto a la preservación de la calidad de los productos de consumo interno y de exportación para garantizarles su salud, seguridad y legítimos intereses económicos...”.
 - El Código de defensa y protección del consumidor de Brasil (1990): se erige en un estándar tutelar que Argentina toma como parámetro al momento de tratar en el Congreso de la Nación el proyecto de la ley 24240. Este cuerpo normativo condensa un plexo de derechos básicos que inspiraron la labor parlamentaria de nuestros legisladores.
 - Constitución Política de Colombia (1991): en su artículo 78 prevé que "La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público en su comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la

salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios. El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos" y agrega en el artículo 369 que "La ley determinará los deberes y derechos de los usuarios, el régimen de su protección y sus formas de participación en la gestión y fiscalización de las empresas estatales que presten el servicio. Igualmente definirá la participación de los municipios o de sus representantes, en las entidades y empresas que les presten servicios públicos domiciliarios".

- Constitución Política del Paraguay (1992): artículo 27 dispone que "El empleo de los medios de comunicación es de interés público; en consecuencia, no se los podrá clausurar ni suspender su funcionamiento. No se admitirá la prensa carente de dirección responsable. Se prohíbe toda práctica discriminatoria en la provisión de insumos para la prensa, así como interferir las frecuencias radioeléctricas y obstruir, de la manera que fuese, la libre circulación, la distribución y la venta de periódicos, libros, revistas o demás publicaciones con dirección o autoría responsable. Se garantiza el pluralismo informativo. La ley regulará la publicidad a los efectos de la mejor protección de los derechos del niño, del joven, del analfabeto, del consumidor y de la mujer" y añade en el artículo 38 que "Toda persona tiene derecho, individual o colectivamente, a reclamar a las autoridades públicas medidas para la defensa del ambiente, de la integridad del hábitat, de la salubridad pública, del acervo cultural nacional, de los intereses del consumidor y de otros que, por su naturaleza jurídica, pertenezcan a la comunidad y hagan relación con la calidad de vida y con el patrimonio colectivo".
- Constitución del Perú (1993): en su artículo 65 prevé que "El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población".

- Constitución para Europa (2003): en su sección sexta refiere a la protección de los consumidores, indicando en el artículo III-132 que "1. Para promover los intereses de los consumidores y garantizarles un alto nivel de protección, la Unión contribuirá a proteger la salud, la seguridad y los intereses económicos de los consumidores, así como a promover su derecho a la información, a la educación y a organizarse para salvaguardar sus intereses. 2. La Unión contribuirá a que se alcancen los objetivos a que se refiere el apartado 1 mediante: a) medidas adoptadas en virtud del artículo III-65 en el marco de la realización del mercado interior; b) medidas que apoyen, complementen y supervisen la política llevada a cabo por los Estados miembros. 3. Las medidas mencionadas en la letra b) del apartado 2 se establecerán mediante leyes o leyes marco europeas. Éstas se adoptarán previa consulta al Comité Económico y Social. 4. Los actos adoptados en virtud del apartado 3 no obstarán para que cada uno de los Estados miembros mantenga o adopte disposiciones de mayor protección. Dichas disposiciones deberán ser compatibles con la Constitución. Se notificarán a la Comisión".

4.2. La Ley de Defensa del Consumidor

El 22 de septiembre de 1993 fue sancionada la Ley de Defensa del Consumidor, basada en un proyecto de los senadores León, Mazzuco, Rubeo y Mac Karthy. Este hito normativo supuso en palabras de Amaya¹⁹, saldar una deuda con los consumidores argentinos, toda vez que nuestro país era de los pocos en la región que no contaban con un cuerpo normativo orgánico en la materia. Se trata pues de una norma de orden público, cuyo contenido resultara constitucionalizado en la última reforma de nuestra Carta Magna.

Veamos entonces las consecuencias y explicaciones que la doctrina y la jurisprudencia ensayan sobre el orden público. Siguiendo a Rivera²⁰, el orden público es el conjunto de condiciones fundamentales de vida social instituida en una comunidad jurídica las cuales por afectar centralmente la organización de estos no pueden ser alteradas por la voluntad de los individuos ni, en su caso, por la aplicación de normas extranjeras. Ello permitió aseverar que "las leyes de orden público son aquellas que receptan los principios sociales, políticos,

¹⁹ Amaya, Jorge. Mecanismos constitucionales de protección al consumidor. Ed. La Ley. 2004.

²⁰ Rivera, Julio Cesar. Instituciones de Derecho Civil Parte General, Tº I. Editorial Abeledo Perrot. 1997.

económicos, morales y religiosos cardinales de una comunidad jurídica cuya existencia prima sobre los intereses individuales o sectoriales"²¹. La propia Corte Suprema de Justicia de la Nación²² precisó que el legislador, al disponer que es de orden público ha definido a la ley como contenedora de un conjunto de principios de orden superior estrechamente vinculados a la existencia y conservación de la organización social establecida y limitadora de la autonomía de la voluntad y trasuntó en puntal del criterio que marca como derrotero la Corte Federal al interpretar que los tribunales deben considerar la aplicación de las leyes de orden público aun cuando las partes lo omitan²³. Concordantemente, la Sala Segunda de la Cámara de Apelaciones en lo Civil ha sostenido que "la ley 24.240 de defensa del consumidor es de orden público, por lo que corresponde su aplicación por el juzgador, aunque el interesado no la haya invocado²⁴. En el mismo sentido y precisando aún más, Brizzio²⁵ ha expresado que es innegable que la protección al consumidor reglada en la ley 24.240, debe ser emplazada en el ámbito del orden público económico. Por su parte Estigarribia Bieber²⁶ completa la idea sosteniendo que "el orden público económico de protección de la parte débil" pretende restablecer el equilibrio contractual, afectado por la disparidad de fuerzas, y el de coordinación, que defiende el "mínimun inderogable", en aras de los derechos esenciales de la persona que ostenta tal situación de vulnerabilidad".

Como se explicara anteriormente, la ley encuentra su razón de ser en la necesidad de proteger al extremo débil de la relación de consumo, encarnada en la figura del consumidor. Desde esa lógica tutelar, se intenta empoderar a los usuarios frente a un proveedor que cuenta con la ventaja de ser un profesional en su actividad y que generalmente ostenta mayor potencia económica que el consumidor. La minusvalía pluricausal del usuario motiva que

²¹ Alferillo, Pascual Eduardo. *Introducción al Derecho Civil*. Universidad Nacional de San Juan, Facultad de Ciencias Sociales Secretaría Académica. 2000.

²² CSJN, P. 344. XXIV. Partido Justicialista s/ acción de amparo, 28/09/1993, T. 316, P. 2117. (Voto del Dr. Carlos S. Fayt)

²³ CSJN, S1455.XLI. RHE Sociedad Anónima - Dominga B. de Marconetti c/ Gobierno de Buenos Aires. 04/09/2007.

²⁴ Segunda Cámara en lo Civil Primera Circunscripción Judicial de Mendoza. Expediente: 25648. Alenda, Rolando Walter y ot. O.M.G. S.A. Resolución de contrato - Nulidad Daños y perjuicios. 02/06/1999.

²⁵ Brizzio, Claudia. *La teoría general del contrato y el derecho del consumidor*. Editorial La Ley. 1998.

²⁶ Estigarribia Bieber, María Laura. *Las cláusulas abusivas en la contratación con consumidores en la legislación Argentina*. Tesis doctoral defendida el 9/10/2006 en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional del Nordeste, cuyo tribunal estuvo integrado por Félix Trigo Represas, Jorge Mosset Iturraspe y Antonio Tellechea Solis.

ciertas obligaciones del estado y del proveedor (sea este público o privado) se agraven con el objetivo de evitar el daño al consumidor o bien repararlo.

Así, la propia LDC se ocupa especialmente de definir las obligaciones de información, de seguridad, de educación y de trato digno y equitativo. En esa dirección, el proveedor tiene obligaciones bien concretas y mensurables, a saber:

- **Información:** es probablemente el deber más trascendental para la tutela del consumidor. Ello así dado que se alza como un instrumento clave en la prevención del conflicto consumeril.

Un consumidor informado es un operador de actos de consumo que conoce todos los pormenores del objeto de la relación de consumo y es a la vez capaz de conjurar las consecuencias que de ésta se puedan derivar.

Conforme al artículo cuarto, la misma debe ser cierta, clara y detallada respecto de todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización. La información debe ser siempre gratuita para el consumidor y proporcionada en soporte físico, con claridad necesaria que permita su comprensión. Solo se podrá suplantar la comunicación en soporte físico si el consumidor o usuario optase de forma expresa por utilizar cualquier otro medio alternativo de comunicación que el proveedor ponga a disposición. Adviértase que la norma de orden público alude a la información revistiéndola de los siguientes caracteres tipificantes, cuyas definiciones se aportan desde el diccionario de la Real Academia Española²⁷:

- **Cierta:** adjetivo que implica respecto de algo que es conocido como verdadero, seguro, indubitable.
- **Clara:** inteligible, fácil de comprender. Evidente, que no deja lugar a duda o incertidumbre.
- **Detallada:** tratada por partes, minuciosa y circunstanciadamente.
- **Gratuita:** sin costo.
- **En soporte físico:** instrumentada en un medio físico.

²⁷ Real Academia Española. Diccionario de la lengua española. Ed. Del tricentenario. Disponible en www.rae.es

Esta información importa un conjunto de datos objetivos de la realidad organizados con coherencia en función de los objetivos propuestos por la normativa tutelar de los consumidores.

De la lectura e interpretación de la LDC se puede colegir que la importancia del deber de información en cabeza del proveedor busca evitar la causación de daños al consumidor y también, que éste forme acabadamente su voluntad sin incurrir en vicios del consentimiento. En ese sentido, Lorenzetti sostiene que “desde el punto de vista de la dogmática jurídica, siendo el contrato un acto jurídico, debe ser voluntario. Para que exista voluntariedad debe existir discernimiento, intención y libertad, y la existencia de un desnivel informativo afecta los tres elementos”²⁸.

La información es una obligación que el proveedor debe cumplimentar a lo largo de toda la relación de consumo, ello importa que incluso antes de contratar, el consumidor se encuentra protegido por eventuales violaciones a las previsiones normativas referidas a la obligación de información. Como aciertan a explicar Vallespinos y Ossola²⁹, “Cuando se trata de deber de informar a cargo de quien detenta una posición de fortaleza en la situación jurídica, el deber jurídico consiste en la obtención de un resultado concreto: comunicar de manera adecuada la información a transmitir. Ello comprende a todas las situaciones en que pueda presentarse asimetría comercial, se deba ello a cuestiones culturales –la relación experto-profano- o económicas- un proveedor de bienes y servicios frente al consumidor”. Puntualizan que “las leyes y normas particulares fijan un piso de información que debe ser transmitido, pero que no necesariamente se agota en lo que se disponga en concreto, sino que ello debe ser completado a la luz de los principios que imperan en esta materia; debe establecerse, en definitiva, qué es lo adecuado al caso concreto, y cuál debe ser la extensión del detalle que debe observarse³⁰”. La extensión del contenido del deber de

²⁸ Lorenzetti, Ricardo. Consumidores. Editorial Rubinzal-Culzoni. Santa Fe. 2003.

²⁹ Vallespinos, Carlos y Ossola, Federico. Obligaciones y deber de informar (o comunicar) en el nuevo Código: La importancia de la teoría general. RCCyC. 17/8/2015. Editorial La Ley.

³⁰ Vallespinos, Carlos Gustavo y Ossola, Federico. La obligación de informar en los contratos. Editorial Hammurabi. 2010.

información debe analizarse según Aciarri y Tolosa³¹, ya que a partir de cierto punto puede acarrear más costos que beneficios sociales.

Profundizando en la experiencia local respecto de la claridad, Talamoni³² sostiene que "en Argentina, las primeras en preocuparse en no comunicar confusamente, por la presión que ejercía el ciudadano empoderado con los nuevos derechos del consumidor, fueron las empresas privatizadas, que recibieron asesoramiento de especialistas en comunicación y semiólogos, para ir adaptando su lenguaje a un tiempo en el que avanzaban los derechos de los consumidores reclamando transparencia en la relación de consumo. No sorprende que hayan trabajado en el lenguaje claro, por ejemplo, en las facturas y comunicaciones con el cliente, preocupados por no seguir perdiendo prestigio y pleitos".

La propia Corte Suprema de Justicia de la Nación ha dicho que una de las prerrogativas fundamentales que se reconoce a los particulares en el ámbito de las relaciones de consumo radica en el derecho a ser nutrido de elementos ciertos y objetivos, detallados, eficaces y suficientes sobre las características esenciales del producto objeto de la contratación. Se trata de una herramienta basilar del sistema protectorio estatuido por los arts. 42 de la Constitución Nacional y 38 de la Constitución de la Provincia de Buenos Aires, y que se justifica en la desigualdad material que caracteriza a los partícipes de las relaciones de consumo³³. Aporta Lorenzetti que el deber de información implica: "-Los hechos susceptibles de influir sobre la decisión del consumidor; -Los datos que hagan a la invalidez del contrato; - Los referentes a los vicios de la cosa; y -Los relativos a la funcionalidad de la cosa o servicio. La información que el prestador debe brindar es fundamental en todas las etapas de la negociación, desde los preliminares

³¹ Acciarri, Hugo y Tolosa, Pamela. La ley de defensa del consumidor y el análisis económico del derecho. Incluido en Ley de Defensa del Consumidor comentada y anotada, Tomo II, dirigida por Sebastián Picasso y Roberto Vazquez Ferreyra. Editorial La Ley. 2009.

³² Talamoni, Pablo. Derecho del ciudadano o residente a comprender el lenguaje de la administración, exigible administrativa y judicialmente. Tesis doctoral defendida en el Doctorado en Ciencias Jurídicas de la Universidad Nacional de La Matanza. 2021.

³³ CSJN fallo 321:334

hasta la extinción del contrato”³⁴. Profundizando en el mismo sentido, la Suprema Corte de la Provincia de Buenos Aires sostuvo que "el deber constitucional de brindar una información adecuada y veraz se relaciona directamente con la certeza, autenticidad y comprobabilidad de la misma, en función de la disponibilidad de datos que una parte tiene y de la cual la otra -claramente más débil en la relación jurídica- carece.

En tal sentido, la información debe cubrir la etapa genética y funcional ya que es cumplimiento del deber de buena fe la prestación de servicios informativos permanentes y actualizados. La información debe estar relacionada con la complejidad del negocio y la educación del receptor, en cuanto a su extensión y exhaustividad”³⁵.

La asimetría informativa, según Bullard “es parte del fenómeno económico de división del trabajo, esto es, que algunos en la sociedad nos dedicamos a ciertas actividades (usualmente las que conocemos mejor) y otros, a otras. Es justamente la diferencia de información lo que hace eficiente el intercambio y permite que cada quien en la sociedad se especialice y aumente la productividad de una manera asombrosa, algo que no ocurriría si uno mismo tuviera que producir todos los bienes y servicios que necesita, lo que significaría saber de todo. La división del trabajo, y la asimetría informativa que genere, nos libera de esa pesada carga. En ese sentido, es deseable que los proveedores sepan más que los consumidores respecto a los bienes y servicios que ofrecen. Lo que debe evitarse es que en la contratación esa asimetría genere transacciones ineficientes, porque son tomadas sin una adecuada evaluación de costos y beneficios. Por ello, el objetivo no es la simetría informativa, sino la información adecuada, entendiendo por “adecuada” aquella cuya producción para el consumidor cuesta menos que los beneficios que genera”³⁶.

³⁴ Lorenzetti, Ricardo. Consumidores. Editorial Rubinzal-Culzoni. Santa Fe. 2003.

³⁵ SCBA. (Conca, Hugo Luis c/ Banco de la Provincia de Buenos Aires s/ Cumplimiento de contrato, cancelación de hipoteca y repetición de pago. 2009.)

³⁶ Bullard, Alfredo. ¿Es el consumidor idiota? En: “Ensayos sobre Protección al Consumidor en el Perú”. Lima: Universidad del Pacífico. 2011.

Para Schiffman y Lazar³⁷, el proceso de toma de decisiones del consumidor tiene cinco etapas.

La primera es el reconocimiento de una necesidad que debe ser cubierta; ella es estimulada por una combinación de factores internos y externos que marcan el inicio del proceso. Cabe indicar que el marketing busca satisfacer necesidades ya existentes, las cuales se traducen en deseos, que pueden manifestarse y satisfacerse de diversas maneras a lo largo del tiempo.

La publicidad nos demuestra que los consumidores quieren satisfacer una gama limitada de necesidades; lo que cambia son los diversos deseos que las transportan, los cuales pueden modificarse conforme al tiempo, al espacio social y el contexto económico.

La segunda etapa implica la búsqueda de información, ayudándonos a tener un primer acercamiento entre aquello a lo que está expuesto el consumidor y lo que percibe e investiga para tomar una decisión de compra.

La búsqueda de información empieza con la identificación de la necesidad y varía en función de cada tipo. Existe una búsqueda interna (memoria) y una externa (pre-compra). En la búsqueda interna se activan los conocimientos almacenados en la memoria, en la que generalmente se presenta una acción pasada satisfactoria, siendo que la intensidad de la búsqueda depende del tipo de decisión. Los sesgos afectan la búsqueda interna y van desde el sesgo de la confirmación (vemos lo que queremos ver), la inhibición (recuerdo de un atributo inhibitor que puede impedir el recuerdo de otro positivo o viceversa) y el estado de ánimo (la comunicación que logran un buen ánimo favorece a la recordación de la marca). La búsqueda externa se genera con los medios de comunicación, las referencias de amigos o familiares, fuentes independientes, pruebas de productos (muestras), entre otros.

Dice Rojas Klauer³⁸ que “un consumidor buscará la información hasta sentir que posee la confianza suficiente en su capacidad para juzgar un

³⁷ Schiffman, León y Lazar, Leslie. Comportamiento Del Consumidor. Octava Edición. Ciudad de México. Editorial Pearson Educación. 2005.

producto o servicio y elegir la opción que considera correcta, más allá de la disponibilidad o acceso a la información que exista sobre los bienes o servicios. Dicha confianza se desarrolla con la experiencia, siendo la información proporcional al tipo de producto o servicio que necesita”.

La evaluación de opciones es la tercera etapa en que, en función a la información recogida, el consumidor evalúa los atributos y los beneficios que ofrece cada opción (percepción y preferencias).

La cuarta etapa es la compra, la que puede variar de acuerdo a la complejidad, ya sea porque implica una decisión rutinaria por su frecuencia o implique mayor responsabilidad por lo esporádico o por el alto precio a ser pagado. La quinta etapa es la que genera las sensaciones posteriores a la compra, que van desde la satisfacción o el rechazo a la marca. En el caso de las compras por impulso (no planificadas), el consumidor tiende a listar, luego, una serie de justificaciones que respaldan su decisión.

- **Seguridad:** La obligación de seguridad funda su razón de ser en la máxima de la indemnidad del consumidor respecto de su persona y sus bienes. Es decir que se espera que con motivo o en ocasión de la relación de consumo, el usuario no experimente detrimento alguno. Con magistral claridad, Hernández y Frustagli³⁹ explican que el contenido de la obligación de seguridad supone de manera principal incorporar al mercado productos seguros conforme a las exigencias normativas y a las expectativas legítimas del consumidor. Dicha prestación presenta un marco de complejidad que se expresa en conductas que pueden suponer, según los casos, un dar o un hacer. De ello, dan cuenta los institutos diseñados por el legislador en la LDC y en su decreto reglamentario. Estos autores identifican el deber de advertencia reconocido en el artículo 6 de la ley 24.240 y en el artículo 4 del decreto 1798/94, con el subsiguiente deber de sustitución o retiro del

³⁸ Rojas Klauer, Carlos. El alcance del deber de información en materia de protección al consumidor: un replanteamiento desde el derecho y economía conductual y el neuromarketing. Themis 62. Revista de Derecho. Disponible en [www. https://dialnet.unirioja.es/](http://www.dialnet.unirioja.es/)

³⁹ Hernández, Carlos y Frustagli, Sandra. Las exigencias de seguridad en las relaciones de consumo. SAJJ. Sup. Esp. Obligación de Seg. 2005. Id SAJJ: DASF060081. Disponible en: http://www.saij.gob.ar/doctrina/dasf060081-herandez-las_exigencias_seguridad_en#:~:text=La%20obligaci%C3%B3n%20de%20seguridad%20en%20sentido%20estricto%20de%20las%20cosas,mercado%20para%20su%20comercializaci%C3%B3n%20masificada.

mercado de los bienes defectuosos; la obligación de seguridad en sentido estricto regulada en el artículo 5° como garantía de inocuidad, y la responsabilidad por los daños causados por el vicio o riesgo de la cosa o por el servicio prestado. Concluyen de su análisis armónico que el deber de advertencia no se limita al ámbito de las cosas o servicios riesgosos, sino que resulta exigible cualquiera sea la naturaleza del producto comercializado, pues de lo que se trata es que el consumidor utilice la cosa o servicio adquirido sin exponerse a sufrir daños evitables mediante una adecuada información. En cuanto al mismo deber estatuido en el decreto mencionado y dirigido hacia la toma de conocimiento de la peligrosidad del bien o servicio con posterioridad a la introducción al mercado, entienden que tiene el propósito de exigir medidas positivas tendientes a evitar daños, exigiendo siempre una actitud proactiva por parte del proveedor. Es particularmente enriquecedor aludir al pensamiento de Tévez⁴⁰ en torno al deber de advertencia. Para esta autora, el mismo se diferencia del deber de informar en que importa un “plus” sobre la información a suministrar: implica poner en conocimiento del consumidor no cualquier cantidad o tipo de datos, sino aquellos suficientes y adecuados para evitarle un daño. De allí que constituye una manifestación específica del deber de informar, que tiene carácter instrumental respecto de la obligación de seguridad. La obligación del proveedor de advertir al consumidor no está limitada a los supuestos de comercialización de cosas o servicios riesgosos: es exigible con independencia de cuál sea la naturaleza o cualidades del producto o servicio prestado, es decir, aun cuando se trate de cosas o servicios que puedan catalogarse como no riesgosos en sí mismos. No se agota con la comercialización del producto, sino que subsiste aún después. Fabre-Magnan⁴¹ que la advertencia es más exigente que la simple información: requiere que el obligado suministre una información determinada y señale las consecuencias objetivas a deducir de la misma, todo desde una perspectiva de riesgo o peligro a evitar. Para cerrar el sistema conformado

⁴⁰ Tévez, Alejandra. El deber de advertencia en las relaciones de consumo. Revista La Ley N° 81. 2015-C.

⁴¹ Fabré-Magnan, Muriel. De l'obligation d'information dans les contrats (Essai d'une théorie). Paris. LGDJ. 1992.

por estos tres artículos, la garantía de inocuidad a la que alude el artículo 5° de la ley 24.240, supone que el producto no genere daños en condiciones de utilización normales o razonablemente previsibles. Por tanto, no toda carencia de seguridad se podrá considerar defecto de seguridad. Sólo lo será cuando el producto o servicio resulte dañoso en condiciones normales o razonables de uso o cuando el consumidor carezca de la posibilidad de prever los riesgos por ausencia de información. Por ello, como regla, la garantía de seguridad no comprende los daños provenientes de un uso contrario o ajeno a la naturaleza del bien, en tanto el mismo no haya podido ser razonablemente previsto por el productor.

Resulta interesante el abordaje que al respecto hace Bagalá⁴², al indicar que el deber de seguridad es una obligación accesoria o colateral, en virtud de la cual el deudor debe, además de la prestación principal prevista en el contrato, velar por que no recaiga ningún daño a la persona o a los bienes de su cocontratante. En este sentido se ha indicado que "sobre el deudor pesa, además del deber de ejecutar la prestación (prestación básica), todo el conjunto de los que podrían llamarse deberes secundarios (a los que se identifica como cortejo de la prestación básica) encaminados a proporcionar una prestación no únicamente completa ella misma, sino con su entorno completo"⁴³. La obligación de seguridad se origina para Bagalá, como consecuencia de la ampliación del ámbito del contrato por el fenómeno que se denominó inflación obligatoria⁴⁴.

Así se comprende esa obligación dentro de la teoría general del contrato. Sin embargo con la sanción de la LDC, el instituto no quedó relegado a determinados contratos y en base al argumento de su existencia "tácita" según el art. 1198 del CCCN, sino que, por el contrario, expandió su territorio quedando expresamente contenido en la cúspide de nuestra pirámide jurídica. Es por eso que la doctrina comprende que esta obligación

⁴² Bagalá, Pablo. El deber de seguridad y su impacto en el derecho privado a partir de la aparición del derecho de consumo. Artículo publicado en Errenews. Editorial Errepar. 2013.

⁴³ Abadalejo, Manuel. Derecho Civil II, Derecho de las Obligaciones. Editorial J. Bosch. Barcelona. 10ma. ed. 1997.

⁴⁴ Bueres, Alberto. La Responsabilidad Civil de los Médicos, T. I, 2da. Edición. Editorial Hammurabi. 1994.

de seguridad⁴⁵ desborda el ámbito contractual y se la considera como un supuesto de aplicación del principio general de no dañar, que puede conducir a una responsabilidad de tipo extracontractual⁴⁶. En ese mismo sentido, la CSJN ha entendido que "el deber de seguridad...es una decisión valorativa que obliga a la sociedad toda a desempeñar conductas encaminadas al cuidado de lo más valioso que existe en ella: la vida y la salud de sus habitantes, ricos o pobres, poderosos o débiles, ancianos o adolescentes, expertos o profanos"⁴⁷.

Un punto parte a distinguir es si la obligación de seguridad es de medios o de resultado. Ciertamente existe a la fecha controversia al respecto pues tanto la doctrina como la jurisprudencia hallan fundamentos para una y otra postura igualmente válidos. Empero, tal vez el criterio de Vázquez Ferreyra⁴⁸, quien señala que la regla es la obligación de resultado y la excepción la de medios. Sostiene que "la jurisprudencia y la doctrina francesa se han encargado de echar luz sobre la cuestión, teniendo en cuenta para la distinción el contenido de la obligación de seguridad en cada caso concreto. Unas veces el deudor se obliga sólo a lo que manda la prudencia y la diligencia y otras compromete un resultado, es decir que se obliga a que no ocurra ningún accidente a la persona o bienes del acreedor de la obligación de seguridad" y sigue diciendo que "la solución está en el criterio de lo aleatorio". Si la integridad de la persona del acreedor o de sus bienes es demasiado aleatoria, dependiendo poco de la exclusiva diligencia del deudor, la obligación de seguridad será de medios. Si en cambio, lo normal es que un mínimo de cuidado o bien el cuidado necesario aunque sea serio es capaz de llevar al resultado esperado, la obligación de seguridad será de resultado. De ahí que lo aleatorio del resultado constituye el criterio de distinción que deberá ser apreciado en cada caso concreto.

⁴⁵ Rinesi, Antonio. El deber de seguridad. Editorial Rubinzal-Culzoni. 2007.

⁴⁶ Pizarro, Ramón y Vallespinos, Carlos. Instituciones de Derecho Privado – Obligaciones. Editorial Hammurabi. 1999.

⁴⁷ CSJN. Bea, Héctor y otro c. Estado Nacional Secretaría de Turismo. Del voto del Doctor Lorenzetti. 31/08/2010.

⁴⁸ Vázquez Ferreira, Roberto. La obligación de seguridad en la responsabilidad civil y ley del contrato de trabajo. Editorial Vélez Sarsfield. 1988.

Debe adicionarse al análisis el artículo 40 de la LDC que delimita los sujetos pasivos de la obligación de seguridad consagrando, a su vez, un factor de atribución objetivo de responsabilidad cuando el daño se derive del vicio o riesgo de la cosa o del servicio, al establecer que el demandado solo puede exonerarse de responsabilidad si demuestra “causa ajena”. La misma cláusula impone la solidaridad entre todos los sujetos de la cadena de producción, distribución y comercialización, exceptuando al transportista, para quien se acota el ámbito de responsabilidad a los daños producidos a la cosa con motivo o en ocasión del transporte. De tal suerte, este sistema consagra de manera expresa esta obligación⁴⁹.

Especial mención merece la peligrosidad del bien o servicio, del entorno del acto de consumo y cómo aquella incide en el agravamiento de las obligaciones de información y de seguridad para el proveedor, y una intervención más pronunciada por parte del estado en tareas de control sobre la actividad de éste. Posteriormente se analizará el entorno digital y sus caracteres en el marco de la protección prevista para el consumidor dentro de la relación de consumo.

- **Educación:** Al referirnos a la educación, surge la imperiosa necesidad de delimitar el campo de análisis y marco respecto del consumo. Así, diremos que la educación para el consumo es un proceso de enseñanza-aprendizaje orientado a proveer de una mirada crítica sobre el consumo en tanto práctica social y sus consecuencias sobre las posibilidades de una vida más humana y en respeto por el planeta y todos los seres vivos⁵⁰, a la vez que se encamina hacia el consumo sustentable desde el punto de vista económico, sanitario y ecológico. Como se reseñara antes, la educación y la información conforman el arco protectorio

⁴⁹ Vázquez Ferreira, Roberto. La obligación de seguridad. La Ley. Suplemento especial, “Obligación de Seguridad”. Bs.As. 2005. Y Gregorini Clusellas, Eduardo. La obligación de seguridad en la relación de consumo y su base constitucional. Revista La Ley. Número 2010 F.

⁵⁰ De Sena, Angélica y Chahbenderian, Florencia. La educación para el consumo y las políticas sociales: ¿nuevas formas de inclusión social? El trabajo forma parte de una investigación enmarcada en el proyecto de la Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social de la Universidad del Salvador, titulado “Consumo, emociones, políticas sociales y educación para el consumo”, dirigido por Angélica De Sena. Incluido en Desafíos y dilemas de la universidad y la ciencia en América Latina y el Caribe en el siglo XXI. Disponible en <https://www.teseopress.com/universidadyciencia/>

preventivo para los consumidores y usuarios. Ello es así dado que se presume que una persona educada en el consumo será capaz de comprender la información referida al objeto de la relación de consumo, a sus sujetos y a las potenciales consecuencias que ésta proyecte sobre su persona y sus bienes, logrando en el mismo proceso, diferenciar deseo y necesidad, desarticulando consecuentemente, los potenciales efectos nocivos de la publicidad. Se espera que el consumidor acceda a la información y posea la capacidad cognitiva suficiente para comprender la información suministrada por el proveedor y desarrolle los procesos mentales necesarios para decidir sus actos de consumo. Al mismo tiempo, deviene imprescindible que la publicidad cumpla rigurosamente las pautas y reglas que sostienen su licitud en cuanto a su contenido y a su forma de difusión. El qué y el cómo resultan ser igualmente importantes. Tanto el Sistema Jurídico Consumeril como diversas normas de inferior jerarquía se encargan de reglamentar el uso del marketing como herramienta necesaria en el mercado actual, signado por la masificación de la oferta y de la demanda. Desde ese punto de partida, la publicidad se posiciona como un puente necesario entre el proveedor y los potenciales consumidores. Las estrategias y prácticas que aquella involucra deben responder a los criterios de licitud previstos en el derecho positivo a fin de evitar que se produzcan desvíos que involucren cualquier vulneración al orden público consumeril. Más adelante, al abordar el entorno digital, volveremos sobre este tópico.

En este sentido, en nuestro país la Ley de Defensa del Consumidor prevé la obligación de educar a los consumidores, siendo el estado en todos sus niveles, el encargado de cumplir con esta manda al incorporar en sus planes de estudio los contenidos vinculados con el derecho del consumidor, y esforzándose por potenciar el desarrollo de políticas públicas que garanticen la totalidad de los derechos reconocidos en esa norma.

La preocupación se cristaliza en la mentada sustentabilidad del consumo que admite al menos tres áreas de desarrollo. Nos referimos a la sustentabilidad económica, a la sustentabilidad sanitaria y a la sustentabilidad ecológica del consumo. Aclaremos en este punto, que al

referirnos a la sustentabilidad, implicamos que el acto de consumo se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos involucrados ni dañarlos de manera irreparable. Resulta útil aludir a un término que surge como corolario de la problemática misma. Nos referimos al vocablo “consumismo” que se vincula con un sistema de producción que nos conduce a consumir siempre más, sin control y sin conciencia sobre los efectos que se pueden causar a nivel ambiental, social, sanitario o económico. Según el sociólogo Zygmunt Bauman, el consumismo es un tipo de acuerdo social que resulta de la reconversión de los deseos, ganas o anhelos humanos en la principal fuerza de impulso y de operaciones de la sociedad; esta fuerza coordina la reproducción sistémica, la integración y estratificación social y la formación del individuo. El contraste entre ambos conceptos es que el consumo es propio del organismo humano y de toda época, mientras que el consumismo es una adquisición o una característica de una sociedad histórica concreta, el cual no es inherente a la naturaleza del individuo. La sociedad posmoderna tiene como una de sus características el consumismo⁵¹.

Bauman⁵² sostiene que en la sociedad de consumo actual ha desaparecido el impulso a la acumulación de posesiones, ya que las personas se apropian de los objetos no para conservarlos, sino para usarlos, y por tanto para tenerlos por el tiempo que se los usa y no más. Para este autor, un bien es útil, no por su capacidad de prestar un servicio, sino por el deseo que quien lo adquirió siente por sus servicios. Por esto, puede que el objeto esté en perfectas condiciones de funcionamiento, pero si sus usos han perdido el valor agregado de la novedad o si otros objetos ofrecen servicios más tentadores (quizá solo porque aún no se los probó), no sirve más, convirtiéndose en basura, cuyo lugar natural debe ser el basurero. Este enfoque que intenta comprender por qué se consume, se centra en la idea de que el consumidor decide su acto de consumo enfocándose en su parte menos

⁵¹ Bauman, Zygmunt. *Vida de Consumo*. Fondo de Cultura Económica. 2007.

⁵² Bauman, Zygmunt. *La Sociedad Sitiada*. Editorial Fondo de Cultura Económica. 2002.

racional, en la esfera de la pulsión y en la lógica de “ser” porque se consume. Una persona es aquello que consume, puesto que su lugar dentro de la sociedad se definirá en gran medida por sus hábitos de consumo que determinarán su pertenencia a determinado colectivo. El propio Bauman propone un juicio más agudo y expresa que más que el deseo, lo que impulsa al consumo es el anhelo. Este importa la liberación de fantasías inciertas y es, a su juicio, lo que mantiene en marcha a la sociedad de consumo, implicando un estimulante más poderoso que el deseo, ya que completa la liberación del principio del placer, purgando los últimos residuos de cualquier impedimento que aún pueda oponerle el principio de la realidad.

El consumo sustentable importa el “conjunto de acciones que tratan de encontrar soluciones viables a los desequilibrios (sociales y ambientales) por medio de una conducta más responsable. El objetivo es asegurar que se satisfagan las necesidades básicas de la comunidad global en su conjunto mientras se reducen los excesos y se evita el daño ambiental”⁵³. Para la Comisión de Naciones Unidas para el Desarrollo Sustentable importa “el uso de servicios y productos relacionados que responden a las necesidades básicas y conllevan una mejor calidad de vida, minimizando el uso de recursos naturales y materiales tóxicos así como también la emisión de residuos y contaminantes sobre el ciclo de vida, de tal forma que no haga peligrar las necesidades de las futuras generaciones⁵⁴”. En un enfoque más profundo y complejo, se define al consumo sustentable como un concepto “sombrija que reúne en sí mismo toda una serie de factores como -satisfacción de necesidades, mejoramiento de la calidad de vida, mejoramiento en la eficiencia de los recursos, incremento del uso de recursos energéticos renovables, reducción de desperdicios, adopción de una perspectiva responsable del ciclo de vida del producto y consideración por la dimensión de equidad. Integrar estos componentes es la cuestión central de cómo brindar los

⁵³ Naciones Unidas y United Nations Environment Programme (UNEP). Manual de educación para un consumo sostenible Youth x Change (Jóvenes por el cambio). 2010.

⁵⁴ Comisión de Naciones Unidas para el Desarrollo Sustentable. 1995.

mismos o mejores servicios para satisfacer las necesidades básicas de la vida y las aspiraciones de mejora de las generaciones presente y futura, mientras se continúa reduciendo el daño ambiental y el riesgo de la salud humana. Por lo tanto, un problema central es la manera en la cual se pueden llevar a cabo las mejoras necesarias en la calidad ambiental mediante la implantación de bienes y servicios más eficientes y menos contaminantes (patrones de consumo), más que en la reducción del consumo de bienes y servicios (niveles de consumo). La realidad política en las sociedades democráticas es tal que será más fácil cambiar los patrones de consumo, más que los volúmenes de consumo, aunque es necesario atender ambos problemas⁵⁵”.

El estado no es un convidado de piedra en la tarea de tornar al consumo en un fenómeno económica, sanitaria y ecológicamente aceptable, capaz de auspiciar el desarrollo humano integral⁵⁶. En palabras de Sen, el desarrollo humano, como enfoque, se ocupa del “aumento de la riqueza de la vida humana en lugar de la riqueza de la economía en la que los seres humanos viven, que es sólo una parte de la vida misma⁵⁷”. Es que el fin último del estado es concretar el bien común y eso sería fútil si no se viabiliza la práctica del consumo responsable. En la Encíclica *Laudato Sí*, el Papa dice que “la noción de bien común incorpora también a las generaciones futuras. Las crisis económicas internacionales han mostrado con crudeza los efectos dañinos que trae aparejado el desconocimiento de un destino común, del cual no pueden ser excluidos quienes vienen detrás de nosotros. Ya no puede hablarse de desarrollo sostenible sin una solidaridad intergeneracional. Cuando pensamos en la situación en que se deja el

⁵⁵ Mesa Redonda sobre Producción y Consumo Sostenible en Oslo (seguimiento de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo). 1995.

⁵⁶ El Índice de Desarrollo Humano es un indicador creado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y desarrollado por el economista pakistaní Mahbub ul Haq, que además de los ingresos medios per cápita contempla varios aspectos sociales para evaluar el nivel de desarrollo de un país, tales como lo alfabetización de la población, acceso a la sanidad, la esperanza vida al nacer, a Igualdad entre hombres y mujeres, entre otros.

⁵⁷ Sen, Amartya. Orígenes del enfoque de Desarrollo Humano. Disponible en www.revistadesarrollohumano.org/quees.asp

planeta a las generaciones futuras, entramos en otra lógica, la del don gratuito que recibimos y comunicamos. Si la tierra nos es donada, ya no podemos pensar sólo desde un criterio utilitarista de eficiencia y productividad para el beneficio individual. No estamos hablando de una actitud opcional, sino de una cuestión básica de justicia, ya que la tierra que recibimos pertenece también a los que vendrán”⁵⁸.

Solo a modo de referencia, la intervención del estado en aras de lograr la sustentabilidad suele vincularse a tres tipos de instrumentos⁵⁹:

a. De Precio: modificando el precio percibido mediante impuestos y subsidios.

b. De cantidad: limitando la cantidad por ejemplo poniendo topes a la emisión de gases durante la producción.

c. Regulando la explotación de los recursos naturales.

Comencemos por analizar la sustentabilidad económica importa la preocupación por la concreción del acto de consumo sin que éste derive en la insolvencia o crisis económica del consumidor. Ello podría ocurrir por múltiples causas, siendo las más frecuentes el desconocimiento de las implicancias financieras del crédito para el consumo y el potencial sobreendeudamiento. Circunstancia especialmente áspera respecto del colectivo de adultos mayores, quienes en una amplia mayoría cuentan con magros presupuestos para solventar sus necesidades a través del consumo. En tal dirección, la propia Carta Magna reconoce la protección de los intereses económicos del consumidor y la LDC incorpora de manera explícita pautas referidas a la obligación de información en el artículo 36, bajo pena de nulidad. Así, estatuye que en las operaciones financieras para consumo y en las de crédito para el consumo deberá consignarse de modo claro al

⁵⁸ Carta Encíclica Laudato sí del Santo Padre Francisco, sobre el cuidado de la casa común. Capítulo IV, Punto V. Justicia entre las generaciones. 2015. Disponible en www.oas.org/es/sg/casacomun/docs/papa-francesco-enciclica-laudato-si-sp.pdf

⁵⁹ Pujadas, Carlos y otros. Ponencia: El Consumo Sostenible: concepto y relevancia para los países de América Latina. La ponencia es un avance de la investigación titulada “Aproximación multidisciplinaria al concepto de Consumo Sostenible y descripción de su relevancia para el Desarrollo Sostenible. Propuestas para la aplicación del concepto en las carreras de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Católica de Cuyo”, que se desarrolla dentro del marco del Instituto de Desarrollo Sostenible de la Universidad Católica de Cuyo en la provincia de San Juan. Disponible en <https://www.austral.edu.ar/eedu/wp-content/uploads/2017/05/Consumo-Sostenible-concepto-y-relevancia-para-LATAM.pdf>

consumidor o usuario, bajo pena de nulidad: a) La descripción del bien o servicio objeto de la compra o contratación, para los casos de adquisición de bienes o servicios; b) El precio al contado, sólo para los casos de operaciones de crédito para adquisición de bienes o servicios; c) El importe a desembolsar inicialmente —de existir— y el monto financiado; d) La tasa de interés efectiva anual; e) El total de los intereses a pagar o el costo financiero total; f) El sistema de amortización del capital y cancelación de los intereses; g) La cantidad, periodicidad y monto de los pagos a realizar; h) Los gastos extras, seguros o adicionales, si los hubiere.

Cuando el proveedor omitiera incluir alguno de estos datos en el documento que corresponda, el consumidor tendrá derecho a demandar la nulidad del contrato o de una o más cláusulas. Cuando el juez declare la nulidad parcial simultáneamente integrará el contrato, si ello fuera necesario.

En las operaciones financieras para consumo y en las de crédito para consumo deberá consignarse la tasa de interés efectiva anual. Su omisión determinará que la obligación del tomador de abonar intereses sea ajustada a la tasa pasiva anual promedio del mercado difundida por el Banco Central de la República Argentina vigente a la fecha de celebración del contrato.

La eficacia del contrato en el que se prevea que un tercero otorgue un crédito de financiación quedará condicionada a la efectiva obtención del mismo. En caso de no otorgamiento del crédito, la operación se resolverá sin costo alguno para el consumidor, debiendo en su caso restituirse las sumas que con carácter de entrega de contado, anticipo y gastos éste hubiere efectuado.

El Banco Central de la República Argentina adoptará las medidas conducentes para que las entidades sometidas a su jurisdicción cumplan, en las operaciones a que refiere el presente artículo, con lo indicado en la presente ley.

Será competente para entender en el conocimiento de los litigios relativos a contratos regulados por el presente artículo, en los casos en que las acciones sean iniciadas por el consumidor o usuario, a elección

de éste, el juez del lugar del consumo o uso, el del lugar de celebración del contrato, el del domicilio del consumidor o usuario, el del domicilio del demandado, o el de la citada en garantía. En los casos en que las acciones sean iniciadas por el proveedor o prestador, será competente el tribunal correspondiente al domicilio real del consumidor, siendo nulo cualquier pacto en contrario.

El esfuerzo legislativo en cuanto a estándares mínimos de la obligación de información en esta materia responde a una inveterada y reproducida masa de prácticas y cláusulas abusivas que, asentadas en el desconocimiento de los consumidores y en la complejidad de su terminología, cálculo y sistema, terminan por deflagrar cualquier atisbo de protección, siendo substancialmente gravosas respecto de los adultos mayores.

En 2014 se realizó la primera investigación “Créditos para el consumo. Análisis del fenómeno socioeconómico y su impacto en los sectores populares”⁶⁰, elaborado por el Área de Fraudes Económicos y Bancarios de la Procuraduría de Criminalidad Económica y Lavado de Activos. En ese trabajo se buscó mostrar los modos en que el sistema financiero –usualmente asociado a operaciones complejas y de gran envergadura, ejecutadas por personas con gran poder adquisitivo– había ingresado en la economía familiar de los sectores populares, a través del uso generalizado de las tarjetas de crédito y de la expansión de los préstamos en efectivo.

Lejos de propiciar vínculos de integración social o de democratización en términos económicos, este mercado de créditos para el consumo contribuye a reproducir las desigualdades sociales a partir del cobro de tasas de interés más elevadas que las tasas que ofrece el mercado formal, de la imposición de condiciones de contratación sumamente abusivas y, en algunos casos, del ejercicio de un trato indigno para las y los consumidores. La lógica perniciosa con la que opera el mercado financiero para los sectores de menores recursos no se

⁶⁰Ministerio Público Fiscal, Procuraduría de Criminalidad Económica y Lavado de Activos. Preguntas y respuestas sobre créditos para el consumo. 2014. Disponible en www.mpf.gob.ar/procelac-mercado-de-capitales/files/2018/04/Guía-Usura.pdf

detiene en la esfera económica, sino que se reproduce en el ámbito judicial. Esto ocurre porque en las cláusulas que podríamos considerar abusivas para el acceso a estos servicios financieros, se encuentra la firma de “pagarés” –muchas veces firmados en blanco y luego completados por la financiera. Asimismo, en caso de atraso en los pagos o en las cancelaciones de las deudas contraídas en virtud del préstamo solicitado, el prestamista puede presentar el pagaré ante sede judicial para iniciar un juicio ejecutivo, caracterizado por su corta duración y por tener el deudor prácticamente nulas posibilidades de defenderse.

Algunos de los servicios financieros que se ofrecen en el mercado son: cajas de ahorro, cuentas corrientes, tarjetas de crédito, plazos fijos, préstamos personales, prendarios e hipotecarios, entre otros. En el mercado actúan entidades financieras y empresas que, aun perteneciendo a otro sector de la economía, ofrecen subsidiariamente servicios financieros.

En un escenario económico-financiero complejo como el Argentino, y con la acentuada necesidad de recurrir al crédito como instrumento posibilitador del consumo, la labor de control por parte del estado resulta imprescindible. La permanente presencia y vigilancia del Banco Central de la República Argentina como autoridad de aplicación específica de las relaciones de consumo que tengan por objeto el crédito para el consumo y su trabajo conjunto con la autoridad de aplicación de la LDC, proponen un importante recurso para los consumidores que por la especificidad y complejidad de la materia ven exacerbada su vulnerabilidad frente a los diversos proveedores y a su creciente grado de concentración y cartelización en modelos de negocio que importan incluso la conexidad contractual. La sustentabilidad económica encuentra en la educación para el consumo a su principal aliada, dado que se torna en un pilar para el empoderamiento de los consumidores y en la concreción del ideal de consumidor que decida sus actos de consumo conociendo sus derechos, obligaciones y las consecuencias que para su patrimonio se proyectarán desde la relación de consumo. Ello cobra mayor importancia al observar el riesgo de

sobreendeudamiento y la hiperactividad crediticia fraudulenta, las ofertas financieras engañosas y las operatorias que por estar mediadas por la tecnología merecen un especial cuidado por parte del consumidor y suponen al mismo tiempo el agravamiento de la obligación de información y seguridad en cabeza del proveedor y de la educación para el consumo por parte del estado. En esas circunstancias, la fiscalización estatal aparece como imprescindible, generando espacios adecuados de formación a los consumidores como parte de la estrategia preventiva del potencial conflicto de consumo. Más adelante se abordará el desarrollo de políticas públicas en pos de este objetivo y en estricto cumplimiento de la manda del artículo 42⁶¹ de la CN.

Como cierre de este tópico, aclaramos que existe en el clausulado constitucional la factibilidad de analizar el rol del estado en la protección del valor de la moneda⁶² como elemento indisolublemente atado a la posibilidad de adquisición de los bienes y servicios objeto de la relación de consumo. Desde esa perspectiva, la gestión estatal en materia de política económica, tributaria y financiera, incidirán directamente en la posibilidad de los consumidores de concretar actos de consumo sin afectar la salubridad de su patrimonio, racionalizando su propio presupuesto, a la vez que solventa sus necesidades según sus preferencias y su proyecto de vida. Es dable destacar que este eje excede el marco de análisis de esta tesis, pues intervienen allí un cúmulo de principios y variables exorbitantes del objetivo planteado y que requieren un enfoque interdisciplinario que al menos añada las ciencias económicas para encontrar explicaciones cabales y proponer opciones de mejora. Baste para comprender la complejidad de esta

⁶¹ Constitución Nacional. Artículo 42. Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno. Las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios.

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

⁶² Constitución Nacional. Artículo 75 inciso 11. Corresponde al Congreso: Hacer sellar moneda, fijar su valor y el de las extranjeras; y adoptar un sistema uniforme de pesos y medidas para toda la Nación.

materia, el comunicado del Gobierno Nacional, referido a las Acciones de política para el fortalecimiento de la sostenibilidad del crecimiento y de la estabilidad económica⁶³, publicado el 16 de junio del año 2022. En el mismo, se explicita que “La política económica del Gobierno Nacional tiene como objetivos el crecimiento sostenible con generación de empleo y el fortalecimiento de las condiciones para reducir la inflación. Las autoridades consideran que una condición necesaria para ello es que la política fiscal y monetaria se encuentren alineadas con el objetivo de robustecer la acumulación de reservas internacionales”. Este comunicado esgrime las particularidades del contexto internacional y doméstico, refiriendo los planes del Gobierno Nacional en cuanto a la política fiscal, la segmentación de los subsidios energéticos, la política monetaria y la de financiamiento. Todas ellas dan cuenta de la intención de sostener el nivel de consumo a la vez que tratan de controlar los efectos nocivos y las distorsiones que pudiesen suscitarse.

La sustentabilidad sanitaria refiere fundamentalmente al consumo respetuoso de la salud de los consumidores. Evidentemente es factible conectar esta esfera de la sustentabilidad, con la ecológica, pues la salud como estado equilibrado del bienestar físico y psíquico de una persona humana, se da en el contexto de un ambiente que permita su normal y esperable desenvolvimiento y el disfrute de sus recursos en las condiciones que nuestros convencionales constituyentes previeron al incorporar el derecho ambiental dentro del artículo 41 de la CN⁶⁴.

En la esfera internacional, se observa la construcción de un sistema interamericano que vela por la protección de la salud de los

⁶³ Comunicado: Acciones de política para el fortalecimiento de la sostenibilidad del crecimiento y de la estabilidad económica. Publicado el jueves 16 de junio de 2022. Disponible en <https://www.argentina.gob.ar/noticias/acciones-de-politica-para-el-fortalecimiento-de-la-sostenibilidad-del-crecimiento-y-de-la>

⁶⁴ Constitución Nacional. Artículo 41. Todos los habitantes gozan del derecho a un ambiente sano, equilibrado, apto para el desarrollo humano y para que las actividades productivas satisfagan las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras; y tienen el deber de preservarlo. El daño ambiental generará prioritariamente la obligación de recomponer, según lo establezca la ley. Las autoridades proveerán a la protección de este derecho, a la utilización racional de los recursos naturales, a la preservación del patrimonio natural y cultural y de la diversidad biológica, y a la información y educación ambientales. Corresponde a la Nación dictar las normas que contengan los presupuestos mínimos de protección, y a las provincias, las necesarias para complementarlas, sin que aquéllas alteren las jurisdicciones locales. Se prohíbe el ingreso al territorio nacional de residuos actual o potencialmente peligrosos, y de los radiactivos.

consumidores. Ello, en el entendimiento de que la relación consumo-salud se basa en el hecho de que el consumo es un determinante social de la salud que tiene un fuerte impacto sobre la salud pública e individual de los consumidores. La Organización Panamericana de la Salud (OPS) reconoce la necesidad de salvaguardar y proteger la salud y la vida de los consumidores, teniendo presente que para ello se requiere de la acción coordinada y armónica con los diferentes actores sociales y sectores económicos que interactúan en los mercados del consumo. Desde el 2008 la OPS unió esfuerzos con la Organización de Estados Americanos (OEA), inicialmente en un taller de sensibilización organizado por dicha institución, con quien se ideó y materializó la Red Consumo Seguro y Salud (RCSS). La RCSS funciona como una red de conocimiento de orden regional, amparada bajo los mandatos de la OEA y en coordinación con la OPS. En ella se cumple la importante labor de difundir información sobre productos considerados inseguros por los mercados del mundo que cuentan con sistemas de alerta avanzados, haciéndola de fácil acceso para los consumidores, mediante el Sistema Interamericano de Alertas Rápidas (SIAR), cuyo lanzamiento y puesta en marcha se inició en diciembre de 2014. La red también emprendió una labor educativa para la formación y capacitación de funcionarios públicos y privados sobre la seguridad de los productos de consumo. De esta manera, la RCSS se materializa como el primer esfuerzo Interamericano para consolidar los sistemas nacionales y regionales para proteger la salud y la vida de los consumidores, fortalecer la seguridad de los productos de consumo y promover el consumo informado seguro y saludable. Estos esfuerzos aunados a los locales intentan conjurar los peligros del consumismo a través de la concientización y educación apropiadas para el público objetivo.

Especial mención merece la sanción de la ley 27642 de la promoción de la alimentación saludable. La misma impone el llamado “etiquetado frontal”, que es una herramienta sencilla, práctica y efectiva para informar a la población sobre los productos que pueden dañar la salud y ayudar a guiar las decisiones de compra. Esto es clave para

ayudar a la población a cumplir con las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS) y protegerla contra los principales de riesgo que perjudican su salud y desarrollo.

Por último, nos adentraremos en la sustentabilidad ecológica. Delgado Huertos⁶⁵ asegura que es imprescindible la educación, para hacer consciente las interrelaciones existentes entre consumo y medio ambiente, para inducir el cambio de actitudes hacia comportamientos más austeros y naturales, para lograr una asociación mental entre bienestar y consumo racional, para encontrar fórmulas que eviten o minimicen los impactos más groseros, se convierte en un objetivo comunitario esencial para los tiempos venideros.

Esta sustentabilidad involucra un marco amplio que abarca muchas soluciones operacionales fundamentales para la formulación y aplicación de políticas y medidas para lograr la sostenibilidad ambiental. Entre estas soluciones se encuentran la gestión de la cadena de suministro, la gestión y reutilización de desechos, la eficiencia de los recursos a lo largo de la cadena de valor, una producción más limpia, el enfoque de ciclo de vida, la innovación ecológica y el ecoetiquetado.

Es relevante comprender el derrotero histórico de esta preocupación por el consumo y su incidencia en el medio ambiente.

La historia post Revolución Industrial, muestra que el desarrollo industrial y tecnológico ha sido la fuente del crecimiento de las economías y que el objetivo de los gobiernos fue mejorar la calidad de vida y el bienestar de las personas a través del aumento del consumo de bienes y servicios. Las actividades productivas y en especial el desarrollo industrial se multiplicaron desde el siglo XIX.

Las medidas tomadas por los gobiernos, impulsadas fuertemente a partir de la década de 1930, llevaron a los países a promover el crecimiento del consumo, lo que significó la reactivación de la economía: incremento de la demanda, aumento de la oferta, desarrollo industrial y creación de empleo. Sin embargo este modelo trajo consigo consecuencias en las personas y sus estilos de vida. Se generó una

⁶⁵ Delgado Huertos, Enrique. Consumo y medioambiente. Tabanque: Revista pedagógica N° 12-13. 1997-1998. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=127576>

sociedad consumista donde el tener y comprar determinó una posición dentro de la sociedad. Este modelo de desarrollo de las actividades productivas, en especial las industriales, llevaba implícito el uso y explotación de los recursos naturales, sólo limitados por tenues medidas de preservación medioambiental, que variaban según los países. Los límites de este modelo de desarrollo se pusieron en evidencia en los últimos 50 años. Paralelamente a las crisis económicas que fueron surgiendo, comenzó a mostrarse cada vez con mayor fuerza el deterioro ambiental que estaba produciéndose. El debate ambiental generado entre 1960 y 1980 estuvo centrado en la preocupación por el creciente uso de recursos no renovables. En los '80 y '90 el debate se trasladó a otros factores: la contaminación, el calentamiento global, la pérdida de la biodiversidad y de recursos naturales, entre otros⁶⁶.

El Consumo Sostenible como noción y objetivo, aparece expresado por primera vez en la Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, ocurrida en Brasil en 1992. Expresándose en esa oportunidad la necesidad de modificar los patrones de consumo plasmada en una iniciativa concreta de la ONU. En el principio 8 dice que “Para alcanzar el desarrollo sostenible y una mejor calidad de vida para todas las personas, los Estados deberían reducir y eliminar las modalidades de producción y consumo insostenibles y fomentar políticas demográficas apropiadas⁶⁷”. Por su parte, el capítulo cuarto de la Agenda 21 del Plan de Acción para el Desarrollo Sostenible, aprobado en la Cumbre de Río, afirma que “la causa más importante del deterioro del medio ambiente global son los patrones insostenibles de consumo y producción particularmente en los países industrializados⁶⁸”. Más tarde, en 1995 la Comisión de Naciones Unidas para el Desarrollo sustentable, adoptó la siguiente definición de

⁶⁶ Ministerio de Salud y Ambiente de la República Argentina y PNUMA. Análisis de las políticas e iniciativas relacionadas con el Consumo Sustentable. 2006. Publicado en www.aplicaciones.medioambiente.gov.ar/archivos

⁶⁷ Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. 1992.

⁶⁸ Programa 21: Plan de acción para el desarrollo sostenible aprobado en la Cumbre de La Tierra. Río de Janeiro. 1992.

consumo sustentable: “El uso de servicios y productos relacionados que responden a las necesidades básicas y conllevan una mejor calidad de vida, minimizando el uso de recursos naturales y materiales tóxicos así como también la emisión de residuos y contaminantes sobre el ciclo de vida, de tal forma que no haga peligrar las necesidades de las futuras generaciones⁶⁹”. En 1998 la ONU crea el Programa de Consumo Sustentable mediante su agencia de Producción y Consumo Sostenible, la cual se encuentra en la División de Tecnología, Industria y Economía. El programa tiene como objetivo comprender y analizar las fuerzas motivadoras de los patrones de consumo alrededor del mundo y trasladar estos hallazgos a actividades concretas para las empresas y demás actores. Con ello busca aumentar la calidad de vida de la sociedad y reducir el daño ambiental.

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, adoptada en 2015, constituye un importante acontecimiento en la arena internacional, al quedar establecida como uno de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Se trata de una agenda transformadora que llama a cambiar el estilo de desarrollo y constituye un compromiso de todos los países a intensificar los esfuerzos para poner fin a la pobreza en todas sus formas, reducir la desigualdad, luchar contra el cambio climático y promover la protección ambiental. Precisamente, el objetivo doceavo, convoca a “Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles”. El sexto informe denominado “Perspectivas del Medio Ambiente Mundial” (GEO 6), indica que el estado general del ambiente sigue deteriorándose, a pesar de los esfuerzos desplegados por muchos países y regiones en sus políticas ambientales.

Para la ONU, operan diversos factores que dificultan estos esfuerzos; en particular, las modalidades de producción y de consumo insostenibles y el cambio climático. De acuerdo con el Panel Internacional de Recursos (auspiciado por el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente [PNUMA]) que es un órgano científico

⁶⁹ Ministerio de Salud y Ambiente de la República Argentina y Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. 2006.

de expertos cuyo objetivo es ayudar a las naciones a utilizar los recursos naturales de una manera sustentable, sin comprometer el crecimiento económico y las necesidades humanas, proveyendo evaluaciones científicas independientes y asesoramiento experto sobre una variedad de temas, que incluyen estudios sobre el volumen de determinadas reservas de materias primas y cuán eficientemente están siendo utilizados dichos recursos, estudios de largo plazo, basados en los ciclos de vida y los impactos ambientales de productos y servicios creados y consumidos alrededor del mundo y opciones para satisfacer las necesidades humanas y económicas con la utilización de menos recursos o recursos reciclados, existe un vínculo profundo entre el comercio internacional y los patrones de consumo y producción. Ello así dado que el comercio es un motor del desarrollo, pero también es una de las fuerzas motrices que impulsan el uso intensivo de los recursos naturales y materiales.

En la República Argentina, la Estrategia Nacional de Consumo y Producción Sostenibles⁷⁰ publicada por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible en diciembre del año 2021, expone exhaustivamente cómo nuestro país ha tenido un compromiso histórico con el objetivo de avanzar hacia modalidades de consumo y producción más sostenibles. El mismo se verifica en la participación activa en las iniciativas y acuerdos alcanzados a nivel regional e internacional, así como en su incorporación en diversos instrumentos de la política ambiental nacional. Así, Argentina tuvo un rol importante en los diversos espacios que abordaron la problemática, desde la Cumbre de la Tierra celebrada en Estocolmo en 1972, el proceso preparatorio para la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, realizado en Johannesburgo en 2002, pasando por la creación del Consejo de Gobierno para la Producción Limpia, que culminaría con la creación del Consejo regional de Consumo y Producción Sostenibles en el año 2000

⁷⁰ Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de la república Argentina. Estrategia Nacional de Consumo y Producción Sostenibles. 2021. Publicada en https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/estrategia_nacional_de_consumo_y_produccion_sostenibles.pdf

y la firma en Buenos Aires de la Declaración Internacional sobre la Producción Limpia.

Se elaboró localmente el Plan de Aplicación de las Decisiones de Johannesburgo y se aprobó, en 2006, la Política de Producción Limpia. Más tarde, en 2012, en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible (Río+20), fue adoptado el Marco Decenal de Programas sobre Consumo y Producción Sostenibles.

La obsolescencia programada y acelerada supone otro factor determinante en la exacerbación del consumo que puede tratarse desde la educación para consumir. Implica que los fabricantes calculan el tiempo de vida de sus productos, con el objetivo de reducir deliberadamente su utilidad y hacer que los usuarios compren uno nuevo, ya que incluso las reparaciones pueden tener un costo alto. Es decir, funciona a través de la planificación de la marca que programa la muerte de sus productos con fallas irreparables o inexplicables, o sacan al mercado uno nuevo para dar la idea de que el anterior no puede ofrecer el mismo funcionamiento. Tuvo su eclosión cuando la producción en masa empezó a forjar un nuevo modelo de mercado en el cual el análisis detallado de cada sector deviene en factor fundamental para lograr buen éxito. Desde ese enfoque, la elección de fabricar productos que se vuelvan obsoletos de manera premeditada puede influir enormemente en la decisión de ciertas empresas acerca de su arquitectura interna de producción. Así, la compañía ha de considerar si utilizar componentes tecnológicos más baratos satisface o no la proyección de vida útil que esté interesada en dotar a sus productos. Estas decisiones forman parte de una disciplina conocida como Ingeniería del Valor.

Veremos que esta práctica tiene una lógica alimentada por el ánimo de lucro y tracción al permanente movimiento del mercado por parte de los oferentes, y por la conducta de los consumidores. Unos y otros imprimen presión para que el ciclo de vida de los bienes tienda a acortarse, generando múltiples consecuencias disvaliosas.

Hay varios tipos de obsolescencia y la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), organismo que regula productos en México, los describe de la siguiente forma:

-Obsolescencia funcional y tecnológica: Se da debido a un defecto funcional, avería o incompatibilidad.

-Obsolescencia de calidad: Después de un corto tiempo el producto presenta fallas y mal funcionamiento

-Obsolescencia psicológica: Se siembra la idea de que el producto deja de ser “el de novedad” o “el última tendencia”.

Por su parte, el sociólogo estadounidense Vance Packard, en su obra “The waste makers⁷¹”, clasifica por tipos a la obsolescencia:

Función: cuando un producto sustituye a otro por su funcionalidad superior.

Calidad: cuando el producto se vuelve obsoleto por un mal funcionamiento programado.

Deseo: ocurre cuando el producto, aun siendo completamente funcional y no habiendo sustituto mejor, deja de ser deseado por moda o estilo, y se le asignan valores despectivos que disminuyen su deseo de compra y animan a su sustitución.

Incorporada: que provoca un perjuicio económico a los usuarios que adquieren el producto con expectativas de duración y disponibilidad. Es fuente de controversia y es la forma más tratada en todas las fuentes de información.

Psicológica: utilizada en un gran número de electrodomésticos, los fabricantes promueven nuevos productos en función de la moda y el lujo, haciendo que los modelos anteriores no sean atractivos. Es común en la industria de la moda, y cada vez más, en la de los bienes de consumo.

Tecnológica: es la actualización continua y rápida de productos que necesitan actualizaciones de software.

En Francia, la obsolescencia programada es un delito, que castiga con penas de hasta dos años de prisión y multas de 300.000

⁷¹ Packard, Vance. The waste makers. Editorial Ig Publishing. 1960.

euros a los proveedores que incurran en esta práctica abusiva. Así, los fabricantes están sometidos a criterios de durabilidad, para lo cual deben establecer estándares de medición, prueba y verificación. Es clave a fin de comprender la importancia que ese país le ha dado a la protección contra esta praxis, transcribir el artículo 22 del proyecto de ley sobre transición energética para el crecimiento verde, que define a la obsolescencia programada como “todas las técnicas que acortan la vida deliberadamente o el posible uso de este producto con el fin de aumentar la tasa de reemplazo. Estas técnicas pueden incluir la introducción voluntaria de un defecto, una debilidad, una terminación programada o prematura de una limitación técnica, la imposibilidad de reparar o incompatibilidad”. Esta conceptualización abarca no sólo la práctica deliberada de los fabricantes para acortar el tiempo de vida de un producto, tales como la introducción de un chip o contador en el dispositivo, sino que también cuestiona la obsolescencia funcional de forma predeterminada de modo que si una sola pieza falla, es todo el dispositivo el que deja de funcionar y se debe reemplazar.

Para atacar el problema de forma global se plantea una nueva visión circular para los aparatos electrónicos, también conocida como “producción de ciclo cerrado”. Consiste en ampliar la duración de los aparatos y contemplar procesos de reciclaje de los componentes que son valiosos pero peligrosos para la salud humana o el medio ambiente⁷².

Como describe Yanes⁷³, los antecedentes de la obsolescencia programada se remontan a los años 20 del siglo pasado, cuando el presidente de General Motors (GM), Alfred P. Sloan, ideó una estrategia para competir con el gigante rival, Ford: frente al empeño de Henry Ford de inundar los Estados Unidos con su modelo T, progresivamente renovado para que los nuevos clientes accedieran a una versión mejor, Sloan quería que los ya propietarios de un automóvil

⁷² Infobae. Artículo: Qué es la obsolescencia programada y su posible interés en hacer que los dispositivos se dañen más rápido. Sección Tecno. 2021. Disponible en <https://www.infobae.com/america/tecno/2021/10/22/que-es-la-obsolescencia-programada-y-su-posible-interes-en-hacer-que-los-dispositivos-se-danen-mas-rapido/>

⁷³ Yanes, Javier. Artículo periodístico titulado "El origen y los mitos de la obsolescencia programada". 2020. Disponible en <https://www.bbvaopenmind.com/tecnologia/innovacion/origen-y-mitos-de-obsolescencia-programada/>

GM lo cambiaran por el último modelo cuando el anterior aún funcionaba, simplemente por sentir “una cierta insatisfacción con los modelos pasados en comparación con el nuevo”. De tal manera, Sloan aplicó a sus automóviles el concepto del modelo anual que ya se manejaba en la industria de las bicicletas. Sin embargo, la visión inicial no se centraba en la baja durabilidad. El presidente de GM utilizaba el término “obsolescencia dinámica”, ya que su intención era que fuesen los propios consumidores quienes vieran su coche como obsoleto frente a los nuevos modelos y lo reemplazaran incluso sin necesitarlo.

El corredor inmobiliario Bernard London en 1932 sugirió en un artículo un modo de estimular el consumo para capear la Gran Depresión: “Definir la obsolescencia de los bienes de consumo en el momento de su producción”. En su título, London empleaba una expresión que quizá por entonces ya circulaba en la comunidad de negocios: “Obsolescencia programada”. Sin embargo, algunos ya se habían adelantado a la propuesta de London, poniendo en práctica una limitación en la vida útil de los productos. En 1924, una reunión de los principales fabricantes de bombillas en Ginebra generó el cártel Phoebus, cuyo objetivo era repartirse el mercado mundial. Esta organización estableció también un estándar de duración de las bombillas de 1.000 horas, frente a las 1.500 o 2.000 que eran habituales hasta entonces. El cártel multaba a quienes fabricaban productos de mayor duración. Para muchos, los ingenieros consideraban que a partir de las 1.000 horas la eficiencia descendía y aumentaba el desperdicio de energía, y ciertas acusaciones contra el cártel de reducir la duración por mero ánimo de lucro fueron desestimadas. Finalmente, el término fue popularizado por primera vez en 1954 por Brook Stevens, un diseñador industrial estadounidense. Stevens tenía previsto dar una charla en una conferencia de publicidad en Minneapolis, y sin pensarlo mucho utilizó el concepto para el título de su charla.

Para Judith Chevalier, profesora de Economía de la Universidad de Yale, las compañías reaccionan a los gustos de los consumidores, y por ende, la obsolescencia programada no es un simple engaño de los fabricantes, sino que en ciertas situaciones la culpa es de los

consumidores, que no valoran un producto más duradero, sino uno que posea la última tecnología.

Partiendo de la idea de que todos somos consumidores, el esfuerzo estatal en educar a los consumidores a partir de la inclusión de la materia en los planes educativos de todos los niveles, supondría también educar al proveedor. Ello así, toda vez que los proveedores, son igualmente consumidores en sus vidas cotidianas. Incluso en el caso de las personas jurídicas, pues sus componentes son evidentemente personas humanas que realizan actos de consumo. Entonces, se suscita un círculo virtuoso en el cual la educación se proyecta hacia la sociedad toda, desbordando sus beneficios a escala y propiciando la sustentabilidad del consumo. La educación es un medio altamente eficiente en términos de concientización, cuidado y racionalización del acto de consumir, siendo capaz de modificar hábitos y conductas disvaliosas en términos de sustentabilidad y como herramienta desarticuladora de potenciales conflictos consumeriles, erigiéndose en una política pública de índole preventiva, ordenadora de objetivos y comprensiva del concepto evolutivo de bienestar.

- **Trato digno y equitativo:** Este pilar y principio fundante del orden público consumeril encuentra sus raíces en la dignidad humana. Supone un estándar de tratamiento al cual el consumidor tiene derecho y se entrona en la índole misma de su persona. La LDC explicita en la parte pertinente del artículo 8 bis que “...los proveedores deberán garantizar condiciones de atención y trato digno y equitativo a los consumidores y usuarios. Deberán abstenerse de desplegar conductas que coloquen a los consumidores en situaciones vergonzantes, vejatorias o intimidatorias. No podrán ejercer sobre los consumidores extranjeros diferenciación alguna sobre precios, calidades técnicas o comerciales o cualquier otro aspecto relevante sobre los bienes y servicios que comercialice. Cualquier excepción a lo señalado deberá ser autorizada por la autoridad de aplicación en razones de interés general debidamente fundadas”. Nótese que esta cláusula fue incorporada por el artículo 6° de la Ley N° 26.361 (B.O. 7/4/2008), modificatoria de la ley 24240.

Aun cuando se halle explícitamente previsto en la LDC y tenga su origen en el texto de la Constitución Nacional, subsiste una complejidad ínsita en su propia naturaleza a la hora de definirlo. A fin de comprender su sentido, recojamos algunas definiciones. Así, Vadillo⁷⁴ señala que “al hablar de ‘trato digno’, la norma se refiere principalmente a un aspecto externo o social, es decir, al honor, respeto o consideración que se debe a la persona. La dignidad humana es un principio elemental de derecho natural, y es de carácter supraestatal. El honor y la dignidad corresponden a toda persona como derechos inalienables, innatos e inseparables de ella, y no se pierden ni por el pecado ni por el delito. Son de carácter humano indeleble, independiente de la situación concreta que el individuo se halle”. Aporta Mac Donald, siguiendo a Sagües, que “el derecho a la dignidad, es uno de los derechos constitucionales no enumerados, comprendidos en el Art. 33 del plexo constitucional, y entre sus contenidos, refiere que, la CSJN, en el precedente Seajen “enunció que exigía que las necesidades del hombre fuesen satisfechas con decoro, en orden a la realización de la persona (característica, por lo demás de toda sociedad sana, apunta el tribunal), y siempre que no se ofenda la moral o el orden público, ni se perjudique a terceros (Fallos 308:2268, considerando 7º)⁷⁵”. Por su parte, Sahián⁷⁶ manifiesta que el trato digno es el respeto agravado que debe profesarse al consumidor como persona vulnerable, y en virtud del cual no puede ser destinatario de menosprecios, desconsideraciones, ultrajes, postergaciones, ni ningún tipo de agravio como consecuencia de su situación en la relación de consumo y en el mercado. Las condiciones “equitativas” esencialmente se traducen en un estándar mínimo de ausencia de “discriminación”.

⁷⁴ Vadillo, Mario. Trato digno: Concepto de ley de defensa al Consumidor y su aplicación. Disponible en <http://www.protectora.org.ar/legislacion/trato-digno-no-a-las-colas-a-la-falta-de-respeto-a-la-vejacion/1502/>

⁷⁵ Mac Donald, Andrea. La importancia del trato digno y equitativo a favor del consumidor. *elDial.com*. Editorial albrematica. 2014.

⁷⁶ Sahián, José. Derecho a un trato equitativo y digno. *Diario Consumidores y Usuarios* Nro. 147.2018. Disponible en <https://dpicuantico.com/sitio/wp-content/uploads/2018/02/Sahi%C3%A1n-Consumidor-20.02-Parte-I.pdf>

Resulta enriquecedor citar parte de los fundamentos del proyecto de ley 11059 de Neuquén⁷⁷, que asienta su objeto en el trato digno como contraposición a ciertas prácticas abusivas. Esgrime que "el diccionario de la Real Academia Española define entre otras acepciones al término digno como: merecedor de algo, correspondiente, proporcionado al mérito y condición de alguien o algo". Luego agrega que "...el trato digno es uno de los derechos fundamentales de los usuarios y consumidores, que no sólo toca el aspecto comercial de la relación de consumo, sino que hace al respeto como persona de los individuos, constituyendo un derecho de raigambre constitucional y aplicado en numerosos fallos referidos a la protección de determinados derechos". Concluye aclarando que "...cuando hablamos de trato digno, nos referimos al derecho que tiene toda persona de ser respetada como ser humano con todos los atributos de su humanidad". Por último expresa que la doctrina ha señalado que "al hablar de trato digno la norma se refiere principalmente a un aspecto externo o social, es decir, al honor, respeto o consideración que se debe a la persona. La dignidad humana es un principio elemental de derecho natural, y es de carácter supraestatal. El honor y la dignidad corresponden a toda persona como derechos inalienables, innatos e inseparables de ella, y no se pierden ni por el pecado ni por el delito. Son de carácter humano indelegable, independiente de la situación concreta que el individuo se halle". Aporta Colazo⁷⁸, siguiendo a Santarelli, que se trata de un estándar o modelo de comportamiento que el proveedor está obligado a observar en la relación de consumo⁷⁹. Tiende a resguardar la moral y salud psíquica y física de las personas, porque la ausencia un trato digno y equitativo genera lesión en los derechos constitucionales del usuario, agraviándolos en su honor. Asimismo atiende también a la preservación de la igualdad y proporcionalidad respecto del contenido de la relación de consumo.

⁷⁷ Proyecto de ley 11.059 Expte. D 635 17. Neuquén, 4 de septiembre de 2017.

⁷⁸ Colazo, Ivana. El trato digno y equitativo al consumidor a la luz de los principios constitucionales. 2011. Disponible en www.saij.jus.gov.ar

⁷⁹ Santarelli, Fulvio. Novedades en el régimen de contratación con el consumidor, en Suplemento especial La Ley. Reforma a la Ley de Defensa del Consumidor. 2008.

Para Tévez y Souto⁸⁰, se trata de garantizar una directriz de trato adecuado al consumidor, como modo de evitar la utilización de prácticas comerciales que restrinjan o nieguen sus derechos. El cartabón de conducta exigible al proveedor tiende a resguardar la moral y la salud psíquica y física del consumidor. Así pues, en definitiva, la ausencia de un trato digno y equitativo agravia el honor de la persona. De allí que la previsión del art. 8 bis deba ser vista como una concreción del principio general de buena fe y como desarrollo de la exigencia del art. 42 de la Constitución Nacional. El proveedor está obligado no solamente a ajustarse a un concreto y exacto contenido normativo, sino además está constreñido a observar cierta conducta en todas las etapas del iter negocial, incluso aun antes de la contratación, y no podrá vulnerar, en los hechos, aquellos sensibles intereses⁸¹.

Es dable destacar que toda violación a esta obligación engendra responsabilidad por los daños irrogados y enmarca la oportunidad de que el consumidor agraviado solicite en sede judicial la aplicación del daño punitivo. Éste importa una sanción pecuniaria que a pedido del consumidor, el juez puede otorgarle y que podrá percibir sin perjuicio de obtener también una indemnización. Con esta multa civil, los legisladores buscaron crear una sanción ejemplificadora que castigue, entre otros supuestos, las conductas contrarias al respeto por la dignidad de la persona del consumidor, quien indefectiblemente se halla en una posición desaventajada respecto del proveedor.

Evidentemente, este derecho importa la agudización del deber de cuidado por parte del proveedor cuando se involucra en una relación de consumo con sujetos vulnerables e hipervulnerables. Ello se analizará más adelante, pero debemos al menos dejar sentada esta declaración de principios que se deriva de la tutela consumeril misma y que halla su razón de ser en el desequilibrio estructural que enlaza al proveedor con los potenciales consumidores indeterminados. Será entonces de suma

⁸⁰ Tévez, Alejandra y Souto, María. Trato "indigno" y daño punitivo. Aplicación del art. 8 bis de la Ley de Defensa del Consumidor. Publicado en LA LEY. 2016.

⁸¹ Ariza, Ariel. Más que una reforma. Desplazamiento del derecho del consumidor en el derecho privado. La Ley. Suplemento Especial: Reforma de la ley de defensa del consumidor. 2008.

importancia realizar la integración y armonización normativa conjuntamente con la aplicación del principio pro consumidor y pro homine, sustrato inescindible de los Derechos Humanos.

Cerremos este desarrollo recordando las palabras de Zuviría que Segovia⁸² recoge en su investigación: "Para que la honra, la vida, la hacienda y otros derechos del hombre antes que del ciudadano, puedan ser consignados en una Constitución, es preciso que se empiece por respetarlos prácticamente, si no se quiere que sean luego violados con la Carta que los consigne".

4.3. Tutela constitucional del consumidor

Comencemos con unas palabras de Carnota que introducen la idea que se desarrollará a continuación respecto del derecho consumeril constitucionalizado. Dice el autor que "La constitución formal incluye una constitución política y una económica. A la par de suministrar las vigas maestras para el ejercicio del poder, una constitución contiene y contempla las pautas para el desarrollo de la vida económica de una determinada sociedad. Una constitución opera o actúa como un 'sistema de sistemas'⁸³".

La Constitución Nacional incorporó en el año 1994 el derecho del consumidor a través del artículo 42 que concentra con una encomiable destreza de técnica legislativa, las bases de la tutela consumeril.

Muchas veces la doctrina se ha referido a las particularidades de la construcción del Sistema Jurídico Consumeril. Ello dado que primeramente es

⁸² Segovia, Juan. Las raíces constitucionales del estado argentino. Un estudio de las convenciones de 1853 y 1860. Ius Historia. Investigaciones N° 5. 2008. Disponible en www.salvador.edu.ar/juri/reih/index.htm

⁸³ Carnota, Walter. El despliegue del art. 42 de la Constitución Nacional. Revista Derecho Público. Año III, N° 9. Ediciones Infojus. 2015. El autor sigue a Vermeule, Adrian, en The system of the Constitution. Oxford University Press. 2011, para quien "el análisis constitucional examina la interacción entre instituciones, que son en sí arreglos de equilibrios que resultan de la interacción de sus miembros individuales. Por lo que siempre existen en el horizonte dos niveles de agregación: de individuos a instituciones, y de instituciones a un orden constitucional general. Uso el término sistemas para denotar esos agregados, cuyas propiedades son determinadas por la interacción de sus componentes; esos componentes pueden ser instituciones o personas. Así los órdenes constitucionales son agregados de agregados, sistemas de sistemas en nido". Disponible en <http://www.saij.gob.ar/walter-carnota-despliegue-art-42-constitucion-nacional-dacf150095-2015-01/123456789-0abc-defg5900-51fcanirtcod>

reconocido en una ley nacional de orden público⁸⁴ y un año más tarde su contenido se constitucionaliza con la incorporación del aludido artículo dentro del Capítulo Segundo de Nuevos Derechos y Garantías. Esto resulta novedoso pues normalmente es la norma suprema la que reconoce un derecho y luego una norma infraconstitucional lo reglamenta. Empero, la Ley de Defensa del Consumidor abrió el camino cual punta de lanza para que los convencionales constituyentes trazaran magistralmente la protección constitucional de ese derecho, agregando en el artículo 43, dentro de las garantías estrictísimas, la posibilidad de su protección por medio de la acción de amparo.

Especial mención merece la vinculación de este artículo con los tratados internacionales con jerarquía constitucional, pues como se habrá de explicar luego, el objeto de la relación de consumo halla su cotejo en derechos que aquellos instrumentos protegen.

La especialísima índole de la inclusión de la materia consumeril en la Carta Magna, responde a una cierta ideología que la sustenta. Para Sagüés⁸⁵, no debe escapar a los operadores del derecho que el texto fundamental a través del enunciado de ciertos principios y la mención de determinados derechos fundamentales, delimita y define una ideología.

Siendo que se percibe la existencia de un desequilibrio estructural entre los sujetos de la relación de consumo, reconociendo en ese sentido que el consumidor o usuario se halla en inferioridad de condiciones respecto del proveedor, el estado como garante de la plena efectivización de los derechos insertos en la norma suprema y en los tratados internacionales, abandona la postura pasiva propia del primer constitucionalismo y se adentra en un rol proactivo, interviniendo activamente en ámbitos antes reservados a la pura autonomía de la voluntad. Señala Carnota que el poder constituyente originario en 1853, fiel al espíritu de la época y a la influencia de Juan Bautista Alberdi, mostró un acendrado liberalismo que se caracterizó por la protección de la propiedad ya adquirida. En ese esquema, era lógico y esperable que consumidor y proveedor fuesen concebidos como equivalentes en fuerza de negociación y pares en derechos y obligaciones. No existía espacio para comprender la

⁸⁴ Ley de Defensa del Consumidor N° 24240. Sancionada: Setiembre 22 de 1993 y promulgada Parcialmente: Octubre 13 de 1993.

⁸⁵ Sagüés, Néstor. Elementos de Derecho constitucional. T. 1. 3era. Edición actualizada y ampliada. Editorial Astrea. 2001.

necesidad de intervención estatal en favor de alguno de esos extremos de la relación. Ello guarda coherencia con el modelo de igualdad formal propio del momento histórico aludido. Sobre esto volveremos más adelante en esta tesis.

El segundo momento del constitucionalismo se enfocó en la problemática del trabajo y en la incorporación de los derechos sociales, signado por un modelo de estado de bienestar social. Ello supuso reconocer la necesaria presencia del estado en ámbitos antes reservados a los particulares.

Ese cambio de paradigma situacional responde a la evolución que el accionar estatal fue evidenciando con el correr de la historia constitucional argentina. Ciertamente es que un modelo de estado gendarme y un escenario de mercado de competencia perfecta no tienen cabida ni razonabilidad en el marco del desenvolvimiento del consumo y de los nuevos modos de producción, distribución y comercialización que tienden a acrecentar la vulnerabilidad de los consumidores, jalonando la necesidad de un estado involucrado con la realidad social y conocedor de las dinámicas que trazan desafíos y escollos para derechos y declaraciones acendradas y ya incorporadas en el texto constitucional. Ni siquiera la propuesta del segundo constitucionalismo es capaz de conjurar la problemática denotada a partir del escenario que tiene por protagonista a un profano enfrentado a un profesional, en el marco de una relación que distingue sus debilidades y los sumerge en operatorias que trasuntan en potenciales conflictos que involucran al orden público. Es entonces un reflejo del tercer constitucionalismo la incorporación del derecho del consumidor a nuestra Carta Magna. Carnota lo llama en su obra 'Nuevos perfiles del constitucionalismo social', en Derecho del Trabajo, constitucionalismo postindustrial. Continúa explicando este doctrinario que al releer el artículo 42 de la Constitución Nacional luego de décadas de vigencia, observaremos que cada palabra, cada cadencia, cada expresión, han adquirido con el paso del tiempo volumen y significado, tal vez impensados en 1994, en donde el constitucionalismo se embebía del carácter programático de sus contenidos más esperanzadores, prometedores o de neto corte aspiracional. Afirma que se define a una teoría aspiracional de interpretación constitucional como "una teoría que ve a la Constitución con elementos que aspiran a una sociedad más justa"⁸⁶.

Por su parte, afirman Tévez y Souto que "La realidad cotidiana evidencia que el hombre medio se encuentra inmerso en un estado permanente y latente de potencial

⁸⁶ Balkin, Jack. *Constitutional Redemption (Political Faith in an Unjust World)*. Harvard University Press. 2011.

consumo. En ese escenario, está expuesto incesantemente a eventuales avasallamientos de sus derechos y, por consiguiente, al padecimiento de daños derivados de la actuación en el mercado de los grandes proveedores —muchos de ellos monopólicos— que buscan incrementar sus ganancias. Es en ese peligroso escenario que el artículo 42 de la Constitución Nacional enuncia una serie de derechos con el claro objetivo de proteger a los usuarios y consumidores”⁸⁷. Agregan en torno a la índole de la protección al consumidor que “Si observamos al derecho constitucional como aquella rama del derecho que enuncia y delimita principios, derechos y garantías con un claro sentido ideológico, puede afirmarse que no es frecuente encontrar en textos legales disposiciones que trasuntan un alto contenido ético y valorativo. Solo las leyes vinculadas a derechos fundamentales o personalísimos o que revisten trascendencia social, tienen en sus textos referencias de este tipo. Este es el camino por el que transita la Ley de Defensa del Consumidor”.

4.4. Tutela del consumidor en el Código Civil y Comercial de la Nación

Adentrémonos entonces en la inclusión de la tutela consumeril en el cuerpo del Código Civil y Comercial de la Nación (CCCN). Aclaremos aquí que en coherencia con la doctrina mayoritaria⁸⁸, entendemos que la ley especial, es decir la 24240 Ley Defensa del Consumidor (LDC), es reglamentaria del derecho constitucional previsto en el artículo 42 de la Constitución Nacional y norma federal, como tal es la portadora del núcleo duro de orden público en la materia, lo que trae como consecuencia que en caso de conflicto entre esta ley especial y cualquier otra norma, incluido el CCCN, prevalecerá la LDC. Ello así puesto que se entiende que esta posición resulta tributaria con mayor fidelidad del principio de jerarquía normativa surgido de la propia Carta Magna.

La doctrina es conteste al concluir que se ha producido la constitucionalización del derecho privado, “entendida como sometimiento del orden jurídico a las normas fundamentales, abarca o comprende la integridad del mismo: las normas de fondo y las de forma; las contenidas en códigos y las volcadas en leyes. De donde, no es dable

⁸⁷ Tévez, Alejandra y Souto, María. Trato "indigno" y daño punitivo. Aplicación del art. 8 bis de la Ley de Defensa del Consumidor. Publicado en LA LEY. 2016.

⁸⁸ Sánchez Herrero, Andrés. Tratado de Derecho Civil y Comercial. Tomo II. 1ª Ed. Editorial La ley. 2016.

plantear que tales o cuales preceptos, por las razones que fueren, escapan a las consecuencias de esa mayor jerarquía...⁸⁹”. Veremos más adelante que la dignidad del consumidor aparece como el elemento que provoca la intersección del derecho del consumidor con los derechos humanos y especialmente con sus principios y tratados.

Dice Tambussi⁹⁰ que el mismo artículo primero del Código coloca al texto de la unificación en consonancia con los artículos 27, 31 y 75 inc. 22 de la Constitución Argentina, en el amplio contenido llamado “bloque de constitucionalidad federal”, reiterando que la base valorativa de todo el orden jurídico reside en esos ordenamientos, tratándose en consecuencia de un cuerpo codificado que debe respetar, tanto en su formulación como en su aplicación, principios contenidos en normas de jerarquía superior que de alguna manera juzgan —aprueban u objetan— los contenidos del ordenamiento jurídico inferior (resultante de la complementación de los derechos humanos con el Derecho interno). Compartimos su postura respecto a que si bien no existen tratados que directamente se refieran a derechos de consumidores y usuarios, es lógico y esperable encontrarlos contenidos en el marco de los derechos económicos, sociales y culturales, dado que se refieren a la existencia de condiciones de vida y de acceso a los bienes materiales y culturales en términos adecuados a la dignidad de la familia humana, y en tanto que la medida de la satisfacción de las necesidades básicas hace a la posibilidad real de ejercicio de los demás derechos.

Explica Colombero⁹¹ siguiendo el desarrollo de Ritto⁹², que el CCCN produce una triple clasificación de los contratos:

- ✓ Contratos discrecionales: donde se recepta una plena vigencia de la autonomía de la voluntad, con amplia libertad de contratación (artículo 958 CCCN) la cual tiene como límite únicamente al orden público y la moral. Se reafirma el efecto vinculante del contrato para las partes (artículo 959 CCCN), con una consecuente facultad de revisión por

⁸⁹ Mosset Iturraspe, Jorge. Otra muestra del Derecho Privado Constitucional: la Constitución avanza sobre los privilegios concursales. Suplemento de Concursos y Quiebras. 2004.

⁹⁰ Tambussi, Carlos. Consumidores, usuarios y la constitucionalización del Derecho Privado en el Nuevo Código Civil y Comercial de la Argentina. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5505762>

⁹¹ Colombero, Anabel. El Derecho del Consumo en Argentina. La situación post reforma del Código Civil y Comercial de la Nación. Disponible en <https://riu.austral.edu.ar/bitstream/handle/123456789/1516/El%20Derecho%20del%20Consumo%20en%20Argentina.pdf?sequence=1>

⁹² Ritto, Graciela. Sistema de defensa del consumidor: Paradigmas del nuevo Código y de las leyes 26.993 y 24.240. 1ª Ed- Ciudad Autónoma de Buenos Aires. 20XII GRUPO EDITORIAL. 2016.

parte de los jueces reducida (artículo 960 CCCN), quienes podrán intervenir a pedido de parte, y solo de oficio en los casos en que “se afecta de modo manifiesto el orden público”.

- ✓ Contratos por adhesión a cláusulas generales predispuestas (artículos 984 a 989 CCCN), como una modalidad del consentimiento que activa el principio protectorio que puede sintetizarse: Los requisitos que deben reunir dichas cláusulas para ser válidas (artículo 985 CCCN), la interpretación en sentido contrario al predisponente (artículo 987 CCCN) y la autorización del control judicial (artículos 988 y 989 CCCN).
- ✓ Contratos de consumo: Se establecen principios generales que actúan como una protección de mínima, esto significa que la ley especial, puede imponer mayores protecciones pero no disminuirlas (artículos 1092 a 1122 CCCN).

En este cuerpo normativo se puede apreciar la incorporación de la tutela contenida en la Ley de Defensa del Consumidor, con los distinguos explicitados anteriormente en cuanto a la caracterización del consumidor y del proveedor, restringiendo y ampliando en ese orden la índole de sujetos comprendidos en esas categorías.

Por otra parte, se definieron un cúmulo de pautas referidas al trato digno y al trato equitativo y no discriminatorio en los artículos 1097⁹³ y 1098⁹⁴ del CCCN, alineadas a los contenidos de los Tratados Internacionales sobre Derechos Humanos con jerarquía constitucional. Estas previsiones resultan superadoras de la prevista en la propia LDC y coherentemente se encamina hacia la efectivización de los derechos de base de la persona del consumidor. Para Sahián⁹⁵, se presentan como fuentes del artículo 1098: los artículos 16, 42 y 75 inc. 23 de la Constitución Nacional; el artículo

⁹³ CCCN. Artículo 1097. Trato digno. Los proveedores deben garantizar condiciones de atención y trato digno a los consumidores y usuarios. La dignidad de la persona debe ser respetada conforme a los criterios generales que surgen de los tratados de derechos humanos. Los proveedores deben abstenerse de desplegar conductas que coloquen a los consumidores en situaciones vergonzantes, vejatorias o intimidatorias.

⁹⁴ CCCN. Artículo 1098. Trato equitativo y no discriminatorio. Los proveedores deben dar a los consumidores un trato equitativo y no discriminatorio. No pueden establecer diferencias basadas en pautas contrarias a la garantía constitucional de igualdad, en especial, la de la nacionalidad de los consumidores.

⁹⁵ Sahián, José. Derecho a un trato equitativo y digno. Diario Consumidores y Usuarios Nro. 147.2018. Disponible en <https://dpicuantico.com/sitio/wp-content/uploads/2018/02/Sahi%C3%A1n-Consumidor-20.02-Parte-II.pdf>

II de la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre; los artículos 1.1 y 24 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos; el preámbulo y los artículos 1, 2 y 7 de la Declaración Universal de Derechos Humanos; los artículos 2 y 10 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales; y los artículos 14, 20, 24 y 26 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. Se verifica una identidad de tratamiento de los derechos humanos y los derechos de los consumidores, a partir de los principios de igualdad ante la ley y no discriminación. Igual, o tal vez mayor, trascendencia reviste lo reglado en el dispositivo anterior del Código Civil y Comercial de la Nación. Entiende este autor que el artículo 1097 impone a los proveedores el deber de respetar la dignidad de los consumidores, para lo cual el codificador remite -en una disposición muy original y sumamente laudable a los criterios provenientes de los Tratados de Derechos Humanos, en un explícito diálogo de fuentes con el Derecho del Consumidor. En la misma huella interpretativa, opina Stiglitz⁹⁶ que, con los artículos referidos, se visibiliza la idea de “constitucionalización del Derecho del Consumidor”. Tambussi siguiendo a De Lorenzo⁹⁷, analiza profundamente el concepto de “dignidad”, advirtiendo que implica la “cualidad de digno”, del latino dignus, que se traduce por “valioso”. Dice este doctrinario que “la dignidad es un atributo exclusivo del ser humano como valor intrínseco y supremo que tiene cada persona independientemente de su situación económica, social y cultural, así como de sus creencias o forma de pensar. Es el fundamento de todos los demás valores y, en definitiva, de todos los derechos individuales. Es lo que liga al individuo a la familia humana, y es un principio material de interpretación de los derechos fundamentales, destinada también a servir de reacción frente a los abusos del mercado”.

Asimismo el código aludido refiere a la obligación de información por parte del proveedor y explicita tipologías de publicidad ilícita. En ambos tópicos, este cuerpo normativo refleja previsiones ya contenidas en otras normas⁹⁸, tornándolas

⁹⁶ Stiglitz, Gabriel y Hernández, Carlos. La constitucionalización del Derecho del Consumidor. La experiencia argentina, en Tratado de Derecho del Consumidor. Editorial La Ley. t. I. 2015.

⁹⁷ De Lorenzo, Miguel. Contratos, derechos fundamentales y dignidad de la persona humana. Revista La Ley. 2011.

⁹⁸ Puntualmente están previstas en la LDC (artículos 4 y 8) y en el Decreto de Necesidad y Urgencia 274/2019 (artículos 11 a 24).

ahora parte del núcleo duro de tutela consumeril dentro del Código Civil y Comercial de la Nación⁹⁹.

Como bien aporta Stiglitz¹⁰⁰, encontramos también un párrafo íntegro, sobre los contratos bancarios con consumidores y usuarios, comprendido en los artículos 1384 a 1389 del nuevo Código, al cual se aplica todo el régimen sobre contratos de consumo, y asimismo, reglas especiales en torno a publicidad, forma escrita, obligaciones precontractuales, restricciones en cargos o costos al consumidor, e informaciones en los contratos de crédito bajo pena de nulidad.

Se receptan también previsiones en materia de "tiempo compartido" y "cementeros privados" (artículos 2100 y 2111 del Código Civil y Comercial de la Nación), con aplicación de las normas que regulan las relaciones de consumo, previstas en el mismo Código y en las leyes especiales, completando la protección de los usuarios respecto de estos objetos en el marco de relaciones de consumo.

Las cláusulas abusivas fueron también objeto de análisis y previsión en el código¹⁰¹, complementando el clausulado de la ley de Defensa del Consumidor. Afortunadamente se amplió la tutela, incluyendo la descripción de la situación jurídica abusiva. Sin embargo, se incluyeron otras pautas que no parecen prima facie pro consumidor. Nos referimos a uno de los límites respecto de la posibilidad de declarar la abusividad de una cláusula contenida en un contrato de consumo, específicamente al que reza que “no pueden ser declarada abusiva la cláusula relativa a la relación entre el precio y el bien o el servicio procurado”¹⁰². Esta norma parece afectar la protección de los intereses económicos del consumidor, prevista en la Constitución Nacional, ya que implica una restricción para plantear judicialmente la nulidad de este tipo de cláusulas de contenido económico. Ello cobra una potencialidad aún más nefasta cuando la relación de consumo enlaza al proveedor con un sujeto hipervulnerable, como es el caso de los adultos mayores. Las consecuencias que esta cortapisa le impone al consumidor conspiran, a nuestro criterio, contra el orden público de la Ley de Defensa del Consumidor y a la facultad del magistrado de revisar y en caso de ser necesario,

⁹⁹ Según artículos 1100 a 1103 del Código Civil y Comercial de la Nación.

¹⁰⁰ Stiglitz, Gabriel. La defensa del consumidor en el Código Civil y Comercial de la Nación. Publicado en: Sup. Especial Nuevo Código Civil y Comercial. 2014. Disponible en www.scba.gov.ar/leyorganica/ccyc30/pdfley/Stiglitz_Ladefensadelconsumidorenelccyc.pdf

¹⁰¹ Previsto en los artículos 1117 a 1122 del Código Civil y Comercial de la Nación.

¹⁰² Conforme al artículo 1121, punto a) del Código Civil y Comercial de la Nación.

declarar nula la cláusula que, referida al precio y su correlato con el bien o servicio objeto de la relación de consumo, aparezca como palmariamente abusiva.

Por último, mencionaremos en este apartado que el Código Civil y Comercial de la Nación trae un capítulo destinado a las llamadas modalidades especiales de operatorias de consumo que refieren a métodos diversos de concretar el acto de consumo y que, nuevamente, se complementan con el capítulo que la propia Ley de Defensa del Consumidor ostenta. Estas previsiones serán analizadas más adelante en esta tesis, al describir el entorno tecnológico del acto de consumo y su enfoque jurídico.

5. El adulto mayor y el consumo:

5.1. Adultos mayores: quiénes son y cuál es su situación actual.

Como se ha visto hasta el momento, hemos esgrimido la tutela genérica del consumidor desde su desarrollo cronológico. Sin embargo, es necesario aproximar los principios y mandas explicitados hacia la especialísima figura del adulto mayor en su rol de consumidor.

Comencemos por definir jurídicamente al adulto mayor. Para ello nos serviremos de la Convención Interamericana sobre Protección de los Derechos de las Personas Mayores. La misma fue incorporada al derecho positivo a través de la ley 27360 publicada en el Boletín Oficial el 31 de mayo del año 2017. Esta convención, que a tenor de la cláusula 75 inciso 22 de la Constitución Nacional tiene jerarquía superior a las leyes, establece que las personas humanas mayores a sesenta años se consideran adultos mayores.

La ciencia jurídica se ha ocupado de este sujeto, dando origen al Derecho de la Vejez, el cual postula que las personas mayores son sujetos protegibles por el derecho, necesitados especialmente de amparo jurídico en atención a su evidente vulnerabilidad frente a los demás, lo “demás” –y quizá también frente a sí mismo–, incluyendo a las personas mayores autosuficientes, semi-dependientes y dependientes, en relación a su papel en tanto sujetos de derecho de la sociedad en que viven, en el marco de un régimen humanista, como señala

Dabove Caramuto¹⁰³, a partir del reconocimiento del anciano como agente moral autónomo. Así, indica esta autora, que importa entender el envejecimiento como un proceso complejo múltiple, bio-psico-socialbiográfico. En coherencia con la teoría trialista del mundo jurídico, Dabove Caramuto afirma que “la dinámica jurídico social torna vulnerable al viejo, en tanto lo estereotipa y lo constriñe en su ámbito de actuación. El sistema normativo lo debilita por no ofrecerle completamente un marco de protección jurídica adecuado a su naturaleza. Y también lo debilitan los valores jurídicos imperantes, cada vez que no reconocen suficientemente a la persona anciana como fin en sí”.

La realidad de los adultos mayores convoca a repensar su situación en las sociedades de control posmodernas. Para Ciuro Caldani¹⁰⁴, “la ancianidad no constituye un prospecto promisorio: el corte de la normalidad resulta bien claro, la edad privilegiada es la juventud consumidora, productiva y reproductiva. El hombre envejecido parece transformarse en una carga que el sistema debe soportar, incluyéndolo, sólo en cuanto puede ser consumidor y consumido. En tanto los derechos humanos dependen de la realidad de las influencias humanas difusas de la cultura, es la Posmodernidad una era atravesada por el monopolio de la economía que preconiza los criterios del mercado. Las influencias humanas difusas de la economía marcarán en forma definitiva el desarrollo de los derechos fundamentales de las personas mayores”.

Dabove Caramuto propone un enfoque desde el trialismo, indicando que en la dimensión social la ancianidad no es una cualidad predicable de un sujeto sólo en atención a su edad. Por lo demás, el envejecimiento es un proceso bio-psico-social único y diferente para cada hombre, por lo que en la sociedad encontraremos algunos ancianos más débiles y otros más poderosos, ancianos que son meros recipiendarios de lo que otros le dan y otros, que aún en su vejez, reparten potencia e impotencia a su entorno. El análisis de la dimensión normológica, nos revela que el ordenamiento jurídico argentino no fija una edad a partir de la cual se pueda considerar a una persona como persona mayor –más allá de la edad jubilatoria–, mientras que para esta doctrinaria, la dimensión valorativa de la vejez muestra que la situación vital de la mayor edad ubica a las personas que la transitan en una posición débil

¹⁰³ Dabove Caramuto, María Isolina. Derechos de los Ancianos. Editorial Ciudad Argentina. 2002.

¹⁰⁴ Ciuro Caldani, Miguel Ángel. Notas Trialistas para la Sistematización y la ubicación Histórica de los Fundamentos de los Derechos Humanos. En Boletín del Centro de Investigaciones de Filosofía Jurídica y Filosofía Social. 1998.

frente al resto y al contexto. Esta doctrinaria entiende que los derechos de los adultos mayores se impregnan de tres principios¹⁰⁵:

- Principio de continuidad vital: es la manifestación específica del principio de igualdad en la vejez. Significa admitir que todas las manifestaciones de la vida humana constituyen el sustrato del mundo jurídico. Implica reconocer que la vida tiene carácter pantónomo. Que es una totalidad dinámica, que va más allá de los fraccionamientos estancos que producen la consideración de la existencia en términos de niñez, juventud, adultez o vejez. Así, el principio de continuidad requiere que la vida de una persona sea aprehendida de manera holística, acorde con la complejidad de su desarrollo. Exige del Derecho un trato igualitario para el viejo (formal y materialmente hablando), de modo tal que el conjunto de su vida—pasada, presente y por venir—, resulte valorada e incluida en sus instituciones.

- Principio de privacidad: se ancla en la comprensión del envejecimiento como un elemento constitutivo del concepto de unicidad de la persona. La protección jurídica de la privacidad sostiene el principio de autonomía, la libertad y la intimidad de la persona mayor. No existe un solo modelo de vejez; se dice que no existe “la vejez” sino “las vejeces”.

- Principio de participación: hace posible la vida en sociedad, integrando la historia y la experiencia, la esperanza y los proyectos de la sociedad en general.

El avance de la ciencia y su conexidad con la mejoría del bienestar nos compele a comprender el fenómeno del llamado envejecimiento global, ya que como postula Dabove, según los estudios demográficos, la centuria pasada legó a la humanidad la posibilidad cierta de perdurar, a tal punto que en el siglo XXI el envejecimiento es considerado tanto un fenómeno global, como multigeneracional y está caracteriza por varios rasgos, entre ellos los poblacionales, los económicos y los culturales¹⁰⁶. Desde el punto de vista poblacional, se destaca en particular el aumento generalizado y sostenido de la expectativa de vida en todo el

¹⁰⁵ Dabove Caramuto, María Isolina. Derecho de la vejez. 2017. Disponible en <https://salud.gob.ar/dels/entradas/derecho-de-la-vejez>

¹⁰⁶ Dabove, María. Derecho y multigeneracionismo: o los nuevos desafíos de la responsabilidad jurídica familiar en la vejez. Revista de Derecho de Familia. 2008. Disponible en <http://envejecimiento.sociales.unam.mx/articulos/publicacion.pdf>

mundo. La feminización de la vejez, por la menor mortalidad de las mujeres de edad avanzada, o bien la ampliación cronológica de la vejez como último estadio de la vida, con una duración promedio de 20 años para cada persona. La autora sintetiza en guarismos claros la tendencia de ese crecimiento a través de la proyección para el caso argentino que a continuación se transcribe: “la esperanza de vida creció notablemente en las últimas cinco décadas. En efecto, durante 1960, el porcentaje de personas mayores era de un 5,5 % respecto al total de habitantes. En 1991, el porcentaje ascendió a casi un 8,9 %; pero en el último censo realizado en 2010 la población adulta mayor alcanzó el 10,2 %. Para 2020, asimismo, se prevé que los hombres llegarán a alcanzar la edad promedio de 73 años, mientras que las mujeres promediarán los 80. La proyección para 2050 estima que los hombres rondarán los 77 años y las mujeres podrán llegar a los 84 (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2012; Organización de las Naciones Unidas, 2002). Por ello, y haciéndose cargo de este escenario, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) ha reconocido sin tapujos que [...] la notable transición demográfica que se está produciendo hará que para mediados de siglo los porcentajes de la población mundial correspondientes a viejos y jóvenes sean iguales. Según se prevé, el porcentaje de las personas de 60 y más años en todo el mundo se duplicará entre el año 2000 y 2050 y pasará del 10 % al 21 % [...]”¹⁰⁷”.

Avanzando en este cuadro situacional es dable interpretar que al aumentar la expectativa de vida, se amplía la base de consumidores, ingresando los adultos mayores como un segmento subexplotado en sus potencialidades y que no ha logrado hasta el momento la correspondencia justa en la oferta disponible. Este colectivo continuará demandando bienes y servicios diversos y el mercado deberá solventar esas expectativas dado que según las proyecciones, los adultos mayores dejarán de pertenecer a una minoría discreta y pasarán a ser un público objetivo apetecible para los proveedores. Será menester entonces analizar su situación dentro de la relación de consumo y especialmente respecto del objeto de la misma en orden a verificar sus posibilidades de concreción de sus derechos. Ello será desarrollado más adelante, recogiendo los elementos esgrimidos hasta el momento.

¹⁰⁷ Dabove, María. Derechos humanos de las personas mayores en la nueva Convención Americana y sus implicancias bioéticas. Revista Latinoamericana de Bioética. 2016. Disponible en <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/105651>

5.2. Desarrollo internacional en la protección jurídica del adulto mayor.

Se explicitará en este apartado el derrotero del proceso de sanción de la Convención Interamericana Sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores, como acto descollante de la tutela de este colectivo y punto de partida en la comprensión de su hipervulnerabilidad.

Explican Pochtar y Pszemirower¹⁰⁸, que en 1982 ocurre la 1ª Asamblea Mundial sobre Envejecimiento en Viena. En la Declaración de Viena y en el Programa de Acción, se manifestaba una grave preocupación ante las persistentes violaciones de los Derechos Humanos en todas las regiones del mundo y la falta de recursos eficaces para las víctimas. También se aludía a las violaciones que suceden en el marco de los conflictos armados afectando a la población civil, en particular a las mujeres, los niños, los ancianos y los discapacitados. Sin embargo recién en 1991 Naciones Unidas aceptó la Declaración de Derechos y Responsabilidades de las Personas de Edad, elaborado por la Federación Internacional de la Vejez.

A los efectos de vislumbrar cabalmente la preocupación de las Naciones Unidas por la situación de hecho de la infra aplicación de los derechos fundamentales de los adultos mayores y la necesidad de convocar a los estados parte a que diseñen políticas públicas que los tengan por epicentro, se transcribe un documento de altísimo valor simbólico y pragmático que recoge los principios que para este organismo deben subyacer y orientar el accionar de las naciones.

Principios De Las Naciones Unidas En Favor De Las Personas De Edad¹⁰⁹

La Asamblea General,

Reconociendo las aportaciones que las personas de edad hacen a sus respectivas sociedades,

Reconociendo que en la Carta de las Naciones Unidas los pueblos de las Naciones Unidas expresan, entre otras cosas, su determinación de reafirmar su fe en los derechos

¹⁰⁸ Pochtar, Nora y Pszemirower, Santiago. Adultos Mayores - Derechos Humanos - Avances y Desafíos. Disponible en <https://www.apdh-argentina.org.ar/areas/adultos-mayores/Adultos-Mayores-Derechos-Humanos-Avances-Desafios>

¹⁰⁹ Adoptado por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 16 de diciembre de 1991 a través de la Resolución 46/91. Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados. 2015. Disponible en <https://www.acnur.org/5b6caf814.pdf>

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

fundamentales del hombre, en la dignidad y el valor de la persona humana y en la igualdad de derechos de hombres y mujeres y de las naciones grandes y pequeñas, y de promover el progreso social y elevar el nivel de vida dentro de un concepto más amplio de la libertad,

Tomando nota de que esos derechos se enuncian en detalle en la Declaración Universal de Derechos Humanos, en el Pacto Internacional

En cumplimiento del Plan de Acción Internacional sobre el Envejecimiento aprobado por la Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento y hecho suyo por la Asamblea General en su resolución 37/51, de 3 de diciembre de 1982,

Reconociendo la enorme diversidad de las situaciones de las personas de edad, no sólo entre los distintos países, sino también dentro de cada país y entre las personas mismas, la cual requiere respuestas políticas asimismo diversas,

Consciente de que en todos los países es cada vez mayor el número de personas que alcanzan una edad avanzada y en mejor estado de salud de lo que venía sucediendo hasta ahora,

Consciente de que la ciencia ha puesto de manifiesto la falsedad de muchos estereotipos sobre la inevitable e irreversible decadencia que la edad entraña,

Convencida de que en un mundo que se caracteriza por un número y un porcentaje cada vez mayores de personas de edad es menester proporcionar a las personas de edad que deseen y puedan hacerlo posibilidades de aportar su participación y su contribución a las actividades que despliega la sociedad,

Consciente de que las presiones que pesan sobre la vida familiar, tanto en los países en desarrollo como en los desarrollados, hacen necesario prestar apoyo a quienes se ocupan de atender a las personas de edad que requieren cuidados,

Teniendo presentes las normas que ya se han fijado en el Plan de Acción Internacional sobre el Envejecimiento y en los convenios, recomendaciones y resoluciones de la Organización Internacional del Trabajo, de la Organización Mundial de la Salud y de otras entidades de las Naciones Unidas,

Alienta a los gobiernos a que introduzcan lo antes posible los siguientes principios en sus programas nacionales:

Independencia

1. Las personas de edad deberán tener acceso a alimentación, agua, vivienda, vestimenta y atención de salud adecuados, mediante ingresos, apoyo de sus familias y de la

comunidad y su propia autosuficiencia. 2. Las personas de edad deberán tener la oportunidad de trabajar o de tener acceso a otras posibilidades de obtener ingresos.

3. Las personas de edad deberán poder participar en la determinación de cuándo y en qué medida dejarán de desempeñar actividades laborales.

4. Las personas de edad deberán tener acceso a programas educativos y de formación adecuados.

5. Las personas de edad deberán tener la posibilidad de vivir en entornos seguros y adaptables a sus preferencias personales y a sus capacidades en continuo cambio.

6. Las personas de edad deberán poder residir en su propio domicilio por tanto tiempo como sea posible.

Participación

7. Las personas de edad deberán permanecer integradas en la sociedad, participar activamente en la formulación y la aplicación de las políticas que afecten directamente a su bienestar y poder compartir sus conocimientos y habilidades con las generaciones más jóvenes.

8. Las personas de edad deberán poder buscar y aprovechar oportunidades de prestar servicio a la comunidad y de trabajar como voluntarios en puestos apropiados a sus intereses y capacidades.

9. Las personas de edad deberán poder formar movimientos o asociaciones de personas de edad avanzada.

Cuidados

10. Las personas de edad deberán poder disfrutar de los cuidados y la protección de la familia y la comunidad de conformidad con el sistema de valores culturales de cada sociedad.

11. Las personas de edad deberán tener acceso a servicios de atención de salud que les ayuden a mantener o recuperar un nivel óptimo de bienestar físico, mental y emocional, así como a prevenir o retrasar la aparición de la enfermedad.

12. Las personas de edad deberán tener acceso a servicios sociales y jurídicos que les aseguren mayores niveles de autonomía, protección y cuidado.

13. Las personas de edad deberán tener acceso a medios apropiados de atención institucional que les proporcionen protección, rehabilitación y estímulo social y mental en un entorno humano y seguro.

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

14. Las personas de edad deberán poder disfrutar de sus derechos humanos y libertades fundamentales cuando residan en hogares o instituciones donde se les brinden cuidados o tratamiento, con pleno respeto de su dignidad, creencias, necesidades e intimidad, así como de su derecho a adoptar decisiones sobre su cuidado y sobre la calidad de su vida.

Autorrealización

15. Las personas de edad deberán poder aprovechar las oportunidades para desarrollar plenamente su potencial.

16. Las personas de edad deberán tener acceso a los recursos educativos, culturales, espirituales y recreativos de la sociedad.

Dignidad

17. Las personas de edad deberán poder vivir con dignidad y seguridad y verse libres de explotaciones y de malos tratos físicos o mentales.

18. Las personas de edad deberán recibir un trato digno, independientemente de la edad, sexo, raza o procedencia étnica, discapacidad u otras condiciones, y han de ser valoradas independientemente de su contribución económica.

Esa corriente intencional fue haciéndose presente en los esfuerzos del concierto de naciones, con hitos como la Primera Conferencia Regional Intergubernamental sobre Envejecimiento en América Latina y el Caribe que en el año 2003 inició la tarea de construcción de un espacio institucional, para debatir la necesidad de elaboración y el contenido de una Convención Internacional de Derechos Humanos para las Personas de Edad. En el año 2007 se produce la Declaración de Brasilia desde la cual se impulsó el proceso de elaboración de la convención en el seno de Naciones Unidas y en la OEA. Las reuniones de seguimiento de la declaración realizadas en Argentina, Chile, Brasil y Costa Rica posibilitaron también la identificación de algunos principios valorativos de la futura convención, destacándose la dignidad, la independencia, la libertad y la autonomía de la persona mayor; la igualdad y no discriminación; la participación e inclusión social de los mayores, y la solidaridad entre generaciones¹¹⁰. En 2010, la Asamblea General de Naciones

¹¹⁰ Dabove, María y Di Tullio Budassi, Rosana. Bases y puntos de partida para la convención internacional de derechos humanos en la ancianidad: la calidad de vida como meta. X Congreso Nacional de Sociología Jurídica. Legalidad y Legitimidad: confrontaciones sociales en torno al Derecho. Córdoba, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales [Clacso], Universidad Nacional de Rosario [UNC], Sociedad Argentina de Sociología Jurídica. 2009.

Unidas, mediante la Resolución 65/182, decidió establecer un Grupo de Trabajo de Composición Abierta sobre Envejecimiento (Open Ended Working Group on Ageing), cuyo objetivo fuera examinar el marco internacional vigente en materia de derechos humanos de las personas de edad y determinar sus posibles deficiencias y la mejor forma de subsanarlas. Las reuniones de los grupos son presididas por la República Argentina y asisten representantes de los Estados Miembros de Naciones Unidas, representantes de organizaciones del sistema de la ONU y observadores de organizaciones intergubernamentales y no gubernamentales.

Otro importante precedente en la construcción del instrumento tutelar internacional enfocado en los derechos humanos de los ancianos fue la Carta de Derechos Humanos de las Personas Mayores de San José de Costa Rica, aprobada por los países miembros de la Cepal en 2012. Su contenido fue el resultado final de la tercera Conferencia Regional Intergubernamental sobre Envejecimiento en América Latina y el Caribe, que se realizó en ese año. En este documento los representantes gubernamentales reafirmaron su compromiso expresado en la Declaración de Brasilia, de trabajar en la erradicación de todas las formas de discriminación y violencia, y crear redes de protección de las personas mayores para hacer efectivos sus derechos. Respaldaron la labor del Grupo de Trabajo de las Naciones Unidas de composición abierta sobre el envejecimiento, y la del Grupo de Trabajo de la Organización de los Estados Americanos, expresando además su compromiso de reforzar la protección de los derechos humanos en el ámbito nacional mediante medidas como el trato diferenciado y preferencial hacia las personas mayores; la adopción de leyes especiales de protección; la atención prioritaria a las personas mayores en la tramitación de procesos administrativos y judiciales, así como en los beneficios y prestaciones que brinda el Estado. También señalaron la necesidad de desarrollar políticas públicas y programas dirigidos a aumentar la conciencia sobre estos derechos y su participación en organizaciones de la sociedad civil y en los consejos Americanos.

Se puede apreciar entonces que el camino hacia la sanción de la Convención Interamericana Sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores¹¹¹ fue arduo y recogió conclusiones de múltiples documentos de investigación. Este hecho histórico ocurrió finalmente el 15 de junio de 2015.

El instrumento desarrolla un preámbulo en el cual los estados parte expresan su compromiso incondicional con el cumplimiento del ideal de desarrollo y dignidad humana

¹¹¹ Texto completo de la Convención Interamericana Sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores disponible en www.oas.org/es/sla/ddi/docs/tratados_multilaterales_interamericanos_a-70_derechos_humanos_personas_mayores.pdf

establecidos fundamentalmente en la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre y en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, y reflejados también en otros tratados. La medida de satisfacción del interés tutelado no se solventa con la mera enunciación y reconocimiento formal del derecho, sino que entienden que solo puede realizarse el ideal del ser humano libre, exento del temor y de la miseria, si se crean condiciones que permitan a cada persona gozar de sus derechos económicos, sociales y culturales, tanto como de sus derechos civiles y políticos. Enfatizan que la persona mayor tiene los mismos derechos humanos y libertades fundamentales que otras personas, y que estos derechos, incluido el de no verse sometida a discriminación fundada en la edad ni a ningún tipo de violencia, dimanar de la dignidad y la igualdad que son inherentes a todo ser humano. Reconocen que la persona, a medida que envejece, debe seguir disfrutando de una vida plena, independiente y autónoma, con salud, seguridad, integración y participación activa en las esferas económica, social, cultural y política de sus sociedades. Los estados parte se comprometen también a incorporar y dar prioridad al tema del envejecimiento en las políticas públicas, así como a destinar y gestionar los recursos humanos, materiales y financieros para lograr una adecuada implementación y evaluación de las medidas especiales puestas en práctica.

La Convención incorpora una propia definición de algunos vocablos harto importantes en el marco del tema de esta tesis. Tal es el caso de los siguientes:

Discriminación: Cualquier distinción, exclusión, restricción que tenga como objetivo o efecto anular o restringir el reconocimiento, goce o ejercicio en igualdad de condiciones de los derechos humanos y las libertades fundamentales en la esfera política, económica, social, cultural o en cualquier otra esfera de la vida pública y privada.

Discriminación múltiple: Cualquier distinción, exclusión o restricción hacia la persona mayor fundada en dos o más factores de discriminación.

Discriminación por edad en la vejez: Cualquier distinción, exclusión o restricción basada en la edad que tenga como objetivo o efecto anular o restringir el reconocimiento, goce o ejercicio en igualdad de condiciones de los derechos humanos y libertades fundamentales en la esfera política, económica, social, cultural o en cualquier otra esfera de la vida pública y privada.

Referida a la igualdad y en función de los conceptos de discriminación explicitados más arriba, esta norma prescribe la prohibición de la discriminación por edad en la vejez. Para repeler las potenciales situaciones disvaliosas, prevé que los Estados Parte desarrollen enfoques específicos en sus políticas, planes y legislaciones sobre envejecimiento y vejez, en relación con la persona mayor en condición de vulnerabilidad y aquellas que son víctimas de discriminación múltiple, incluidas las mujeres, las personas con discapacidad, las personas de diversas orientaciones sexuales e identidades de género, las personas migrantes, las personas en situación de pobreza o marginación social, los afrodescendientes y las personas pertenecientes a pueblos indígenas, las personas sin hogar, las personas privadas de libertad, las personas pertenecientes a pueblos tradicionales, las personas pertenecientes a grupos étnicos, raciales, nacionales, lingüísticos, religiosos y rurales, entre otros.

En cuanto al derecho a la vida y a la dignidad, ambos asociados al consumo, como se verá más adelante, la Convención prescribe que los Estados Parte adoptarán todas las medidas necesarias para garantizar a la persona mayor el goce efectivo del derecho a la vida y el derecho a vivir con dignidad en la vejez hasta el fin de sus días, en igualdad de condiciones con otros sectores de la población.

Un verdadero avance en materia de dignidad y de plenitud humana es receptado en este instrumento al prever el derecho a la independencia y a la autonomía. Importa el reconocimiento por parte de los estados del derecho de la persona mayor a tomar decisiones, a la definición de su plan de vida, a desarrollar una vida autónoma e independiente, conforme a sus tradiciones y creencias, en igualdad de condiciones y a disponer de mecanismos para poder ejercer sus derechos. En coherencia con esta manda, se indica que los Estados Parte adoptarán programas, políticas o acciones para facilitar y promover el pleno goce de estos derechos por la persona mayor, propiciando su autorrealización, el fortalecimiento de todas las familias, de sus lazos familiares y sociales, y de sus relaciones afectivas, asegurando especialmente el respeto a la autonomía de la persona mayor en la toma de sus decisiones, así como a su independencia en la realización de sus actos.

La Convención prevé el derecho a la seguridad y a una vida sin ningún tipo de violencia, a recibir un trato digno y a ser respetada y valorada, independientemente de la raza, el color, el sexo, el idioma, la cultura, la religión, la opinión política o de otra índole, el origen social, nacional, étnico, indígena e identidad cultural, la posición socioeconómica, discapacidad, la orientación sexual, el género, la identidad de género, su contribución económica o cualquier otra condición. Esta norma aclara que se entenderá por violencia

contra la persona mayor cualquier acción o conducta que cause su muerte, daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico, tanto en el ámbito público como en el privado. A continuación explicita diversos tipos de violencia que quedan comprendidos en el concepto las distintas formas de abuso, incluso el financiero y patrimonial, y maltrato físico, sexual, psicológico, explotación laboral, la expulsión de su comunidad y toda forma de abandono o negligencia que tenga lugar dentro o fuera del ámbito familiar o unidad doméstica o que sea perpetrado o tolerado por el Estado o sus agentes dondequiera que ocurra. A fin de concretar esta especial protección, esgrime un listado de compromisos por parte de los Estados Parte que en razón de su riqueza, rigurosidad y relación con la temática de esta tesis, se transcriben a continuación:

- ❖ Adoptar medidas legislativas, administrativas y de otra índole para prevenir, investigar, sancionar y erradicar los actos de violencia contra la persona mayor, así como aquellas que propicien la reparación de los daños ocasionados por estos actos.
- ❖ Producir y divulgar información con el objetivo de generar diagnósticos de riesgo de posibles situaciones de violencia a fin de desarrollar políticas de prevención.
- ❖ Promover la creación y el fortalecimiento de servicios de apoyo para atender los casos de violencia, maltrato, abusos, explotación y abandono de la persona mayor. Fomentar el acceso de la persona mayor a dichos servicios y a la información sobre los mismos.
- ❖ Establecer o fortalecer mecanismos de prevención de la violencia, en cualquiera de sus manifestaciones, dentro de la familia, unidad doméstica, lugares donde recibe servicios de cuidado a largo plazo y en la sociedad para la efectiva protección de los derechos de la persona mayor.
- ❖ Informar y sensibilizar a la sociedad en su conjunto sobre las diversas formas de violencia contra la persona mayor y la manera de identificarlas y prevenirlas.
- ❖ Promover mecanismos adecuados y eficaces de denuncia en casos de violencia contra la persona mayor, así como reforzar los mecanismos judiciales y administrativos para la atención de esos casos.
- ❖ Promover activamente la eliminación de todas las prácticas que generan violencia y que afectan la dignidad e integridad de la mujer mayor.

El texto de este instrumento internacional reconoce el derecho a la libertad de expresión y de opinión y al acceso a la información por parte de los adultos mayores, en igualdad de condiciones con otros sectores de la población y por los medios de su elección. Por otra parte, y teniendo en cuenta lo sensible que resulta el derecho a la privacidad y a la intimidad para este colectivo humano, la Convención estatuye explícitamente su protección en

cualquier ámbito en el que se desenvuelvan, así como respecto de su correspondencia o cualquier otro tipo de comunicación. Garante al adulto mayor en su dignidad, honor, reputación y privacidad.

Especial mención merece el derecho a la educación previsto en la Convención, dado que su amplitud nos permite mensurar la importancia de su concreción con miras al cumplimiento de los fines de esta norma. Así, la misma establece que los adultos mayores tienen derecho a la educación en igualdad de condiciones con otros sectores de la población y sin discriminación. Para asegurar los esfuerzos en su cumplimiento, el instrumento internacional lista una serie de compromisos de los Estados Parte. Entre ellos, los más importantes a los fines de esta tesis son:

- ❖ Facilitar a la persona mayor el acceso a programas educativos y de formación adecuados que permitan el acceso, entre otros, a los distintos niveles del ciclo educativo, a programas de alfabetización y postalfabetización, formación técnica y profesional, y a la educación permanente continua, en especial a los grupos en situación de vulnerabilidad.
- ❖ Promover el desarrollo de programas, materiales y formatos educativos adecuados y accesibles para la persona mayor que atiendan sus necesidades, preferencias, aptitudes, motivaciones e identidad cultural.
- ❖ Promover la educación y formación de la persona mayor en el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) para minimizar la brecha digital, generacional y geográfica e incrementar la integración social y comunitaria.
- ❖ Diseñar e implementar políticas activas para erradicar el analfabetismo de la persona mayor y, en especial, de las mujeres y grupos en situación de vulnerabilidad.
- ❖ Fomentar y facilitar la participación activa de la persona mayor en actividades educativas, tanto formales como no formales.

Avanzando en el enfoque de la profundización y ampliación de los derechos fundamentales, la Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores, reconoce el derecho de estas personas humanas a su identidad cultural, a participar en la vida cultural y artística de la comunidad, al disfrute de los beneficios del progreso científico y tecnológico y de otros productos de la diversidad cultural, así como a compartir sus conocimientos y experiencias con otras generaciones, en cualquiera de los contextos en los que se desarrolle. Explicita la obligación a cargo del estado de

promover las medidas necesarias para asegurar el acceso preferencial de la persona mayor a los bienes y servicios culturales, en formatos y condiciones asequibles.

La Convención incorpora el derecho a la recreación y al esparcimiento del adulto mayor en respeto a sus intereses y necesidades y promoviendo su autorrealización, independencia, autonomía e inclusión en la comunidad.

Se establece que las personas mayores tienen derecho al uso y goce de sus bienes, incluida su libre disposición, previniendo el abuso y la enajenación ilegal de su propiedad. Concordantemente, surge del texto el compromiso de los Estados Parte de adoptar medidas para eliminar toda práctica administrativa o financiera que discrimine a la persona mayor, principalmente a las mujeres y a los grupos en situación de vulnerabilidad respecto del ejercicio de su derecho a la propiedad.

En cuanto al derecho ambiental, la Convención dispone que los adultos mayores tienen derecho a vivir en un medio ambiente sano y a contar con servicios públicos básicos.

Por último, haremos referencia a un derecho directamente ligado al tema de esta tesis y que este instrumento acoge con prístina preocupación. Nos referimos al derecho a la accesibilidad. Reza ese cuerpo normativo que los componentes de este grupo humano tienen derecho a la accesibilidad al entorno físico, social, económico y cultural, y a su movilidad personal. Explicita que a fin de garantizar la accesibilidad y la movilidad personal del adulto mayor para que pueda vivir en forma independiente y participar plenamente en todos los aspectos de la vida, los Estados Parte adoptarán de manera progresiva, medidas pertinentes para asegurar el acceso de este colectivo, en igualdad de condiciones con los demás, al entorno físico, el transporte, la información y las comunicaciones, incluidos los sistemas y las tecnologías de la información y las comunicaciones, y a otros servicios e instalaciones abiertos al público o de uso público, tanto en zonas urbanas como rurales. Estas medidas, que incluirán la identificación y eliminación de obstáculos y barreras de acceso, se aplicarán, entre otras cosas, a los servicios de información, comunicaciones y de otro tipo, incluidos los servicios electrónicos. La Convención menciona medidas que los Estados Parte adoptarán, entre otras:

- ❖ Ofrecer formación a todas las personas involucradas en los problemas de accesibilidad que enfrenta la persona mayor.
- ❖ Promover otras formas adecuadas de asistencia y apoyo a la persona mayor para asegurar su acceso a la información.

- ❖ Promover el acceso de la persona mayor a los nuevos sistemas y tecnologías de la información y las comunicaciones, incluida Internet y que estas sean accesibles al menor costo posible.

Un punto altamente edificante en términos de compromiso estatal en favor de la plena concreción de los derechos de este colectivo que la Convención menciona explícitamente implica la responsabilidad de adoptar las medidas afirmativas y realizar los ajustes necesarios para el ejercicio de los derechos reconocidos, a la vez que abstenerse de adoptar cualquier medida legislativa que sea incompatible. Aclara el texto de este instrumento que no se considerarán discriminatorias, las medidas afirmativas y ajustes razonables que sean necesarios para acelerar o lograr la igualdad de hecho de la persona mayor, así como para asegurar su plena integración social, económica, educacional, política y cultural. Indica que esas medidas afirmativas no deberán conducir al mantenimiento de derechos separados para grupos distintos y no deberán perpetuarse más allá de un período razonable o después de alcanzado dicho objetivo.

Por otra parte, la Convención establece el compromiso de los estados de adoptar las medidas necesarias, hasta el máximo de los recursos disponibles y tomando en cuenta su grado de desarrollo, a fin de lograr progresivamente, y de conformidad con la legislación interna, la plena efectividad de los derechos económicos, sociales y culturales; sin perjuicio de las obligaciones que sean aplicables de inmediato en virtud del derecho internacional.

5.3. Constitucionalización de los derechos de los adultos mayores.

Si bien todos los derechos y garantías reconocidos en los textos constitucionales son, por supuesto, aplicables a las personas mayores, en la Constitución Nacional, no se menciona como grupo específico a este colectivo, sino que el estado se obliga a adoptar medidas legislativas para la protección de los adultos mayores, disponiendo el texto, el deber de legislar y promover medidas de acción positiva que garanticen la igualdad real de oportunidades y de trato de las personas mayores, así como el pleno goce y ejercicio de los derechos reconocidos por los tratados internacionales. Ello sería extensivo, claro está, respecto del derecho del consumidor, aun cuando en ningún caso exista dentro del orden jurídico consumeril pauta alguna que refiera a la especial situación del adulto mayor como consumidor, y mucho menos de su vulnerabilidad exacerbada por la intervención de la tecnología digital y sus implicancias en las operatorias que cristalizan el acto de consumo.

Como se explicitara anteriormente la República Argentina incorporó la Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores al derecho interno en el año 2017 a través de la ley 27360¹¹², que vino a entramarse y a articularse con el andamiaje jurídico positivo. Ello en orden a que, como sostienen Huenchuan y Rodríguez-Piñero¹¹³, para promover el enfoque de los derechos humanos en los asuntos de las personas mayores, los Estados deben crear las condiciones jurídicas, políticas, económicas, sociales y culturales que permitan su desarrollo íntegro. En este sentido, un país no solo debe abstenerse de interferir en el ejercicio de los derechos individuales, sino que además debería realizar prestaciones positivas, es decir, adoptar medidas administrativas y legislativas para que el ejercicio de esos derechos no sea ilusorio.

Existe una palmaria necesidad de comprender cómo se organiza piramidalmente la tutela, a fin de ajustar las fronteras de ésta y de merituar su evolución e interrelación con las previsiones constitucionales en un juego que debe ser armónico y tributario de los principios que informan los derechos humanos. Analicemos entonces por qué la doctrina isuprivatista sostiene que se ha ido produciendo el fenómeno jurídico de la constitucionalización de este derecho y qué consecuencias importa ese proceso.

Para comenzar a comprender este fenómeno en Argentina, deviene útil servirnos de la explicación de Amaya¹¹⁴, quien sostiene que el Estado Constitucional de Derecho es un paradigma jurídico institucional que puede caracterizarse por:

- 1) El predominio de la Constitución sobre la voluntad libre del poder legislativo (es decir, que el legislador se encuentra sometido a la Constitución);
- 2) La preeminencia y vigencia de los derechos fundamentales en todo el ordenamiento jurídico y en la vida social;

¹¹² Ley N° 27.360 (IF-2017-10126785-APN-SECCYCI#MRE), sancionada por el Honorable Congreso de la Nación en su sesión del día 9 de mayo de 2017. Promulgada por el Decreto 375/2017 del 30/05/2017.

¹¹³ Huenchuan, Sandra y Rodríguez-Piñero, Luis. Envejecimiento y derechos humanos: situación y perspectivas de protección. Documento elaborado por el Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía (CELADE) - División de Población de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), gracias al financiamiento de la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo (ASDI), en el marco del programa conjunto CEPAL-ASDI 2010-2011 “Protección e inclusión social en América Latina y el Caribe, Componente 3: Estrategias de protección social para una población que envejece”, y con el apoyo del Proyecto Annual Work Plan 2010 UNFPA-LACRO (Project ID: RLA6P41A, Act. 13). Fue realizado bajo la supervisión de Dirk Jaspers_Fajjer, Director de la División. Su redacción estuvo a cargo de Sandra Huenchuan, experta en envejecimiento del CELADE, y Luis Rodríguez-Piñero Royo, consultor de la misma División. La investigación contó también con el apoyo de Carmen Márquez Carrasco y Fernanda Stang. Disponible en <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r39146.pdf>

¹¹⁴ Amaya, Jorge. Control de constitucionalidad (2da. Edición). Editorial Astrea. 2014. Y Amaya, Jorge. Democracia y minoría política. Editorial Astrea. 2015.

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

- 3) La instauración de un sistema de control judicial de constitucionalidad de las leyes;
- 4) El mayor protagonismo que asumen los jueces a la hora de establecer el contenido específico de lo jurídico.

Todo esto ha provocado en Argentina la incorporación de los tratados, convenciones y declaraciones de derechos humanos, con la reforma de 1994, a nuestra Carta Magna, y así se ha formado el llamado “bloque de constitucionalidad” a través del artículo 75 inciso 22. Cabe recordar en este punto del análisis, que según esa cláusula constitucional, todos los tratados tienen jerarquía superior a las leyes y eso deja claramente establecida la voluntad del convencional constituyente del año 1994 en cuanto a la preeminencia de los contenidos de esos instrumentos respecto de las normas sancionadas por el Congreso Nacional. Además, para Dabove y Barbero¹¹⁵, ha provocado la constitucionalización del derecho privado y del ámbito público en su conjunto¹¹⁶. Ello traerá según estos doctrinarios del derecho de la vejez, ciertas consecuencias que se atisban como positivas en pos de la efectivización de los derechos humanos y de la materialización de los principios que la ideología de nuestra Carta Magna sostiene y funda. Así, mencionan el aumento de los requerimientos de los operadores jurídicos para que el juez iusprivatista formule una lectura constitucional de las cuestiones de derecho privado que plantean, por otra parte, el Código Civil y Comercial de la Nación ha incorporado el juicio de ponderación, razonabilidad o proporcionalidad receptado en el artículo 28 de la Constitución Nacional Argentina¹¹⁷.

¹¹⁵ Dabove, María. y Barbero, Daniel. Igualdad y no discriminación en los actos de autoprotección: nuevas razones para la acción en favor de los derechos de los grupos vulnerables. Revista del Instituto de Derecho e Integración. 2009.

¹¹⁶ En los Fundamentos del Anteproyecto del Código Civil y Comercial de la Nación se lee: “Constitucionalización del derecho privado. La mayoría de los códigos existentes se basan en una división tajante entre el derecho público y privado. El Anteproyecto, en cambio, toma muy en cuenta los tratados en general, en particular los de Derechos

Humanos, y los derechos reconocidos en todo el bloque de constitucionalidad. En este aspecto innova profundamente al receptar la constitucionalización del derecho privado, y establece una comunidad de principios entre la Constitución, el derecho público y el derecho privado, ampliamente reclamada por la mayoría de la doctrina jurídica argentina. Esta decisión se ve claramente en casi todos los campos: la protección de la persona humana a través de los derechos fundamentales, los derechos de incidencia colectiva, la tutela del niño, de las personas con capacidades diferentes, de la mujer, de los consumidores, de los bienes ambientales y muchos otros aspectos. Puede afirmarse que existe una reconstrucción de la coherencia del sistema de derechos humanos con el derecho privado.” Disponible en <https://colegioabogadosazul.org.ar/webfiles/recursos/FUNDAMENTOS-ANTEPROYECTO-CC.pdf>

¹¹⁷ Ariza, Ariel. Emergencia y sistema de derecho privado. Suplemento Lexis Nexis. 2003.

Ucín¹¹⁸, siguiendo a Guastini¹¹⁹, explica que las “condiciones de constitucionalización” se derivan del contenido expreso de los textos constitucionales y de la interpretación que de ellos han ido haciendo los tribunales constitucionales, así como también la labor constructiva desarrollada por la doctrina. Listaremos a continuación las condiciones que este autor prevé:

- Presencia de una Constitución rígida, es decir, aquella que impone procedimientos específicos para su reforma y por la misma razón, se impone frente a la legislación de rango inferior que la contradiga (necesaria declaración de inconstitucionalidad, derivada según el sistema en órganos concentrados a cargo del control de constitucionalidad o de manera difusa en cualquier magistrado).
- Garantías jurisdiccionales asequibles a los ciudadanos para la defensa de la Constitución y la impugnación de actos de gobierno o leyes que se le opongan.
- En relación a la cultura jurídica del país de que se trate, se requiere el reconocimiento de fuerza vinculante en la Constitución. Es decir, la difusión en el seno de la cultura jurídica de la idea de que toda norma constitucional, con independencia de su estructura o contenido normativo, resulta una norma jurídica genuina, exigible y susceptible de producir efectos jurídicos. Esta condición importa dejar de lado la distinción entre cláusulas programáticas y operativas.
- La “sobreinterpretación” de la Constitución requiere una especial actitud de los intérpretes hacia ella, que habilite a la realización de una interpretación constitucional extensiva, de la que se infieran incluso principios implícitos, que no dejen espacios vacíos, libres del control constitucional.
- Aplicación directa de la Constitución, que tiene por función regular las relaciones sociales y por tanto, puede ser aplicada directamente por cualquier juez en cualquier clase de controversia. En tal sentido, los derechos fundamentales y los principios constitucionales no son vistos como meros límites que se hacen valer para contener el poder del Estado, sino que también obligan y enmarcan las relaciones entre particulares.

¹¹⁸ Ucín, María. Las instrucciones de aplicación del Código Civil y Comercial. Un análisis interpretativo del artículo 3°. Disponible en revistas.unlp.edu.ar

¹¹⁹ Guastini, Riccardo. La “constitucionalización” del ordenamiento jurídico: el caso italiano. Publicado en *Estudios de teoría constitucional*. México, IIJ-UNAM, Fontamara. 2001.

- Interpretación adecuada o armonizante de las leyes, lo que implica escoger de entre los posibles, aquel sentido que evite toda contradicción entre la ley y la Constitución.
- Influencia material de la Constitución sobre las cuestiones políticas. Revisión de parte de los jueces de la legitimidad constitucional de la legislación, sea a la luz del principio de igualdad o razonabilidad de las distinciones y clasificaciones legislativas o incluso de la ponderación de los principios constitucionales en tensión. En esta línea de pensamiento, la Constitución se entiende como una fuente de expectativas cuyo cumplimiento por parte de los actores políticos no se da por descontado. Es por ello que la Constitución tiene la capacidad de servir de regla de comportamiento y de juicio a la política.

En esta línea de pensamiento, la instalación de la Constitución Nacional como una norma fundamental viva, que se encuentra en la raíz misma de cada derecho reconocido a la persona del adulto mayor y que es plenamente operativa, halla razón y espacio de concreción real a través de la reglamentación infraconstitucional, de las políticas públicas y del esfuerzo en pos de la realización de los principios fundantes de los derechos humanos de este colectivo.

5.4. El adulto mayor como consumidor.

Dado que el consumidor se caracteriza por ser el destinatario final de un bien o servicio y que no existen exclusiones en la Ley de Defensa del Consumidor ni en el Código Civil y Comercial de la Nación de esa categoría en razón de la edad de la persona, es evidente que el adulto mayor es un consumidor.

Los hechos y actos de consumo acompañan el desarrollo mismo de la vida humana desde el nacimiento y hasta la muerte del sujeto. El consumo del anciano no resiste merma desde el punto de vista de la demanda en satisfacción de necesidades. El adulto mayor requiere bienes y servicios para sustentar su existencia y satisfacer sus deseos de acuerdo a su proyecto y modo de vida, sin sacrificar sus expectativas ni sujetarse a injerencias ajenas en torno a su autonomía, excepto que haya devenido en ella la incapacidad.

Cierto es que la construcción del concepto de “vejez” está cargada de valoraciones que la atraviesan y la nutren de caracteres que no son unívocos ni universales y por ello, para los especialistas hay tantas vejezes como personas que la viven. Lo cultural incide fuertemente en el ideario colectivo de lo que se supone que es un anciano, de lo que ese sujeto debe hacer y

de cómo y quién gestiona su vida, y es que como se explicitó antes, infantilizar al adulto mayor supone un obstáculo infranqueable para su plenitud y autonomía. Es una manera de retirarlo del mundo decisional y disminuirlo a una existencia pobre de estímulos, en un ambiente ajeno y con un rol pasivo. Posiblemente esta percepción se relacione con la circunstancia de haber pasado al retiro de las actividades laborales, lo cual en una sociedad con sesgos utilitaristas sobre los humanos, represente un modelo de persona descartable, como si la dignidad humana resistiera una disminución de gradación en razón de la edad. En ese esquema, el adulto mayor tiene poco o nulo margen para decidir su consumo y son terceros (familiares o personas con ascendente sobre los ancianos) quienes resuelven qué, cómo, cuándo y cuánto debe consumir. Sumado a ello es imperativo tener presente el tema de la financiación del consumo de este colectivo. Normalmente, la mayor parte de los ancianos obtienen sus recursos de sus haberes jubilatorios o de pensiones que son magras y en general no alcanzan los valores de los ingresos que percibieron durante su vida laboral activa, y que le permitían acceder a un cierto tipo de bienes y servicios ahora potencialmente inalcanzables. Esto suele deprimir el consumo de los mayores, generando la necesidad de instrumentar estrategias de jerarquización y/o sustitución de bienes y servicios.

En este punto del desarrollo es dable nutrirnos de algunos conceptos de la ciencia económica a fin de comprender los fenómenos aludidos más arriba. Existen diferentes tipos de bienes. Como explica Almoguera¹²⁰, una posible tipología los clasifica en complementarios y sustitutivos. Los bienes complementarios satisfacen conjuntamente un mismo tipo de necesidad, variando en el mismo sentido. Ello implica que al aumentar la demanda de uno, aumenta también la del otro. En cambio, los bienes sustitutivos son aquellos que satisfacen un tipo de necesidad parecido y por lo tanto, pueden ser sustituidos por el adulto mayor en su consumo en función de su nivel de precio. En estos bienes, normalmente, un aumento en el precio de uno de los bienes disminuye su consumo y aumenta el consumo del otro bien. Así, se utilizan de forma alternativa para satisfacer la misma necesidad, es decir, solamente puede consumirse uno de los dos, por lo tanto, la demanda de estos bienes se moverá en sentido contrario. Otra tipología divide a los bienes en normales, inferiores y suntuarios. Así, el bien es normal cuando la cantidad demandada del mismo aumenta con la renta y será inferior cuando la cantidad demandada del bien disminuye con el aumento de la renta. Por último será

¹²⁰ Almoguera, José. Bienes sustitutivos y bienes complementarios. Economía Práctica. 2016. Disponible en <https://www.economiadehoy.es/noticia/9350/economia-practica/bienes-sustitutivos-y-bienes-complementarios.html#:~:text=Dos%20bienes%20son%20sustitutivos%20perfectos,juntos%20en%20unas%20proporciones%20fijas>

suntuario o de lujo, cuando el consumo aumenta más que proporcionalmente al aumentar las rentas. Se agrega a este análisis el hecho de que la variación del precio de un bien tiene dos tipos de efectos sobre el consumo: el efecto sustitución que es la variación que experimenta la cantidad demandada de un bien cuando varía su precio y el nivel de utilidad se mantiene constante; y por otro lado, el efecto renta que es la variación que experimenta la cantidad demandada de un bien cuando varía el poder adquisitivo y los precios relativos se mantienen constantes.

Estas precisiones económicas contribuyen a explicar el comportamiento del consumidor mayor. Ello está íntimamente vinculado al llamado nivel de vida, que es la resultante de poner en juego su poder adquisitivo y sus hábitos de consumo. Como señalan Sánchez Vera y Bódalo¹²¹, la sociedad de consumo (a través de los canales de persuasión) introduce nuevos hábitos de consumo (y de compra), pero resulta difícil establecer una separación clara entre la incidencia de la costumbre y la de los precios. El precio de los productos y lo que ello implica en la sociedad de consumo a través de ofertas, promociones, publicidad persuasiva, y otras prácticas, también tiene sus efectos en los hábitos de consumo.

Frecuentemente se percibe que las personas mayores han resignado el pleno goce de la vida y por ello, sus consumos se limitarán a la mínima expresión de subsistencia, postergando o abandonando nuevas experiencias que motiven su continuo desarrollo y la concreción de su visión de bienestar. Si como sostienen Sánchez Vera y Bódalo¹²², entendemos que aquel está en función del grado de satisfacción de sus necesidades, el bienestar de las personas mayores no se verá diferenciado de ninguna otra persona. Es decir, en el ámbito de las necesidades (básicas e intermedias) se puede hablar de necesidades objetivas y universales que los mayores comparten con cualquier persona de cualquier franja etaria. Sin embargo, es dable pensar que los miembros de la tercera edad necesiten más o menos bienes de cierto tipo, o incluso diferentes y específicos de cualquier grupo de edad. Estos autores entienden que es un error frecuente, considerar a la tercera edad como un grupo homogéneo y considerar que sus necesidades son las mismas, tal y como ha puesto de relieve Sánchez Vera¹²³. Más aun, refiriéndose a cómo progresivamente más y más personas humanas se incorporan dentro de

¹²¹ Sánchez Vera, Pedro y Bódalo Lozano, Ester. Necesidades, tiempo y consumo. El consumidor mayor Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria, núm. 9. Sociedad Iberoamericana de Pedagogía Social Sevilla, España. 2002. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=135018332018>

¹²² Sánchez Vera, Pedro y Bódalo Lozano, Ester. Ob. Cit. Ut Supra

¹²³ Sánchez Vera, Pedro. Homogeneidad y diferenciación en la tercera edad. Bases para una sociología de la ancianidad, en "Sociedad y Población Anciana". Murcia: Universidad de Murcia. 1993.

este colectivo a las huestes consumistas, advierten que los mayores actuales –con grandes diferencias según cohortes, género, tipo de hábitat, y niveles económicos y de instrucción–, ya conocieron algo tarde el fenómeno del consumo de masas, con lo que en general no son un colectivo imbuido plenamente de la mentalidad consumista, de ahí que un cierto corte generacional deje a estos grupos etarios alejados del consumo masivo e indiscriminado, pero señalan que las generaciones nacidas a partir de mediados de los años cincuenta ya han vivido y se han socializado desde sus primeros años de vida con la sociedad de consumo, engrosando las filas de consumidores ávidos de satisfacer sus deseos de consumo, no siempre traducido en necesidades.

Dicen Sánchez Vera y Bódalo que “los hábitos de consumo varían de un momento histórico a otro, pero existe una conexión en términos de “continuidad” y hasta cierto punto de servidumbre hacia los hábitos anteriores existentes y socialmente determinados. Pero, al ser los hábitos de consumo producto del concurso de procesos sociales, culturales y personales, éstos también varían a lo largo de la vida de un sujeto, ya que cambian las necesidades y, por supuesto, los gustos y preferencias del sujeto ante el consumo. Que por otra parte está generando nuevos órdenes de necesidades y de productos”¹²⁴. Ello importa que el consumo del adulto mayor se mueve y es permeable a los cambios en la rutina y percepción de bienestar por parte de éste, quien tiene cierta experiencia en regular su consumo, adecuándolo a su propio ciclo familiar y de consumo, pues ha pasado a lo largo de su vida por diferentes circunstancias económicas –producto o consecuencia– del juego de procesos objetivos y subjetivos. Así, es evidente que la edad, desde el punto de vista cronológico (y en tanto que suma acumulada y exponencial de experiencias), introduce factores objetivos, pero igualmente importante es el contenido o características de las situaciones vividas y que le han hecho seguir procesos de maduración determinados, que en el caso del consumo suelen ser la racionalidad económica, el ahorro y la contención del consumo. Grande Esteban¹²⁵ sostiene que “existe una relación directa entre el nivel de renta y el nivel cultural y la predisposición a aceptar nuevos productos y servicios”. Es decir que la decisión de consumo del adulto mayor está atravesada por estos ejes y la flexibilidad para mutarla dependerá del juego armónico de las tres. Resulta pertinente aludir someramente al importantísimo factor psicológico del valor del dinero y de los bienes materiales en relación al consumidor adulto mayor, ya que los

¹²⁴ Sánchez Vera, Pedro y Bódalo Lozano, Ester. Ob. Cit. Ut Supra

¹²⁵ Grande Esteban, Ildefonso. Las actitudes de los consumidores mayores ante la compra y sus consecuencias sobre la gestión de marketing”. Estudios sobre Consumo. 1999.

factores sistémicos que “desenganchan” a este sujeto de la sociedad y por consiguiente del valor objetivo de las cosas materiales y especialmente del dinero, y por otra parte, la pérdida de referencias socialmente retroalimentadas sobre el verdadero valor de los bienes y de los productos en el contexto de la sociedad de consumo, impactan en sus hábitos de consumo. La escisión que se produce entre valor de uso-función y valor simbólico del producto adquiere caracteres de radicalidad en el sujeto mayor, en donde la función (y su contextualización temporal, cuando lo adquirió o cuando le fue regalado) se sobrepone al “signo” o valor simbólico que se explica por sí mismo en el análisis de la sociedad de consumo.

Vale aclarar que excede al desarrollo de esta tesis un análisis pormenorizado del tema de la viabilidad económica del consumo de los adultos mayores, mas al menos debemos mencionar aquí que ello incide gravemente en la dinámica del consumo de estas personas y que muchas veces importa la imposibilidad de acceso o cuanto menos, un severo escollo.

La toma de decisión refiere al comportamiento del consumidor, que como explican Belch & Belch¹²⁶, es “el proceso y las actividades en la que las personas participan en la búsqueda, selección, adquisición, uso, evaluación y disposición de los productos y/o servicios para satisfacer sus necesidades y deseos”. Es decir que el mismo se constituye de etapas que se suceden y determinan el qué, el por qué, el cómo y el cuándo del acto, interviniendo en mayor o menor medida la racionalidad, que como se expresó anteriormente, es una resulta de la cultura y educación para el consumo.

La motivación del adulto mayor para consumir puede abordarse desde algunas de las más conocidas teorías explicativas existentes, para ello nos serviremos primero de la definición esgrimida por Rodríguez-Rabadán. Para él, “la motivación se puede definir como la energía encaminada al logro de un objetivo, que cuando es alcanzado habrá de satisfacer una necesidad insatisfecha. También puede entenderse como el proceso que impulsa a una persona a actuar de una determinada manera, o por lo menos origina una propensión hacia un comportamiento específico. Ese impulso a actuar puede provenir del ambiente (estimulo externo) o puede ser generado por los procesos mentales internos del individuo”. Aclara también que “la motivación y la satisfacción igualmente son cosas distintas, la primera se refiere al impulso y al esfuerzo para satisfacer un deseo o meta. La segunda se refiere al gusto

¹²⁶ Belch, George y Belch, Michael. Advertising and Promotion: An Integrated Marketing communications Perspective. 2004. Disponible https://www.researchgate.net/publication/46966230_Advertising_and_Promotion_An_Integrated_Marketing_Communication_Perspective

que se experimenta cuando se colma un deseo. En otras palabras, motivación implica impulso hacia un resultado, mientras que satisfacción implica resultados”¹²⁷.

Teoría de la motivación de Maslow¹²⁸: intenta explicar por qué a la gente le motivan ciertas necesidades en determinados momentos, jerarquizando sus necesidades en función de su orden de prioridad, de más urgentes hasta menos urgentes. A medida que la persona mayor logra controlar sus necesidades básicas aparecen gradualmente necesidades de orden superior.

Para este modelo, la prioridad sería satisfacer las necesidades fisiológicas, también llamadas “de subsistencia”, como los alimentos, el abrigo, el cobijo, etc. Escalando al segundo tramo de la pirámide encontraríamos la seguridad que importa la conservación del adulto mayor frente al entorno, como sucede con el trabajo y la vivienda. De orden superior sería la necesidad de pertenencia, que involucra al adulto mayor en su relación con otros, incluyendo la familia, organizaciones, etc. Por encima de éste aparece la estima que importa el reconocimiento, prestigio, poder y respeto que el adulto mayor espera de sus congéneres y la culminación sería la autorrealización, que materializa la idea de autonomía e independencia que son en conjunto el horizonte de cristalización de los derechos humanos de este colectivo.

Teoría de la existencia, relación y progreso de Alderfer: implica una especie de versión simplificada del modelo de Maslow, agregando que existe un mecanismo de frustración-regresión que supone descender en la jerarquía piramidal por causa de la imposibilidad del adulto mayor de satisfacer las necesidades superiores. Asimismo, enriqueció la teoría de Maslow al sostener que pueden operar más de una necesidad al mismo tiempo, que las necesidades múltiples actúan como motivadores y que se incrementa el deseo de satisfacer un nivel inferior al reprimirse la satisfacción de una necesidad. Como aporta Rodríguez Rabadán¹²⁹, Alderfer reduce a tres los estratos de la pirámide de Maslow, siendo el primero el de existencia que nuclea las necesidades fisiológicas y de seguridad; el segundo es el de relación, que requiere para su satisfacción de la interacción con otras personas, comprendiendo la necesidad social y el componente externo de estima también tenido en cuenta por Maslow y el de crecimiento, representado por el deseo de crecimiento interno de las personas, que supone el componente interno de estima y la de autorrealización.

Sosteniendo la plenitud protectoria de nuestra Carta Magna y de los Tratados Internacionales sobre Derechos Humanos y especialmente, de la Convención Interamericana

¹²⁷ Rodríguez Rabadán, David. *Proceso de Decisión del Consumidor: Factores explicativos del visionado de películas en sala de cine*. Tesis doctoral en la Universitat Internacional de Catalunya. 2014.

¹²⁸ Maslow, Abraham. *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row. 1954.

¹²⁹ Rodríguez Rabadán, David. *Ob. Cit. Ut Supra*.

sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores, es lógico conjurar la plena autonomía de los adultos mayores y colocarlos en el centro de la toma de decisiones sobre sus actos de consumo. La libertad de consumir y el derecho a la dignidad humana están íntimamente ligados y no se puede concebir uno sin el otro, ya que el anciano es un sujeto de derecho que mantiene sus facultades de disposición intactas y gestiona sus recursos según su conveniencia y prioridades.

En ese sentido, la Ley de Defensa del Consumidor estructura una tutela que lo involucra como uno de los extremos de la relación de consumo, ocupando el espacio del sujeto vulnerable en ese desequilibrio estructural mencionado anteriormente. Mas aún, cada una de las dos dimensiones que componen el mentado desequilibrio, se verifican en el caso de los ancianos, enfatizando la necesidad de protección sobre éstos y sustentando la mayor intervención estatal con miras a generar un nuevo equilibrio a partir del empoderamiento del vulnerable a través de una serie de prerrogativas que encuentran su justificación en el agravamiento de la desigualdad entre el proveedor y el consumidor adulto mayor. Nos referimos a la dimensión centrada en la profesionalidad del proveedor por una parte y a la dimensión relativa a la mayor capacidad económica de éste en comparación con el consumidor adulto mayor. Respecto de esto último, basta la explicación esgrimida más arriba en relación a la situación económica del anciano y a las frecuentes restricciones presupuestarias a las cuales se ve obligado. Ello redundará en una primacía del proveedor que cuenta con recursos económicos para invertirlos en la atención preventiva de conflictos de consumo a través del asesoramiento profesional en las áreas pertinentes, campañas publicitarias agresivas que posicionen la necesidad (muchas veces inexistente) de consumo en el público objetivo, segmentación de mercado, establecimiento de estrategias comerciales especializadas y disposición de mecanismos de atención primaria de reclamos. Frente a esa parafernalia, el adulto mayor aparece generalmente con una impotencia económica en términos relativos, que le impide o dificulta, entre otras cosas, acceder al consejo profesional para formar su voluntad negocial plenamente, o compulsar alternativas de consumo más favorables e incluso realizar reclamaciones judiciales, dado que no está estructurada la defensoría gratuita de los consumidores, y por ende necesitará contratar a un abogado, sufragando los costos que ello implique. Lo exiguo de sus medios lo coloca en una situación disminuida que converge con otras causales de agravamiento que analizaremos a continuación, perfilando un estado de situación que convoca la protección especial del sistema normativo.

Veamos ahora la dimensión del conocimiento y expertise sobre el objeto de la relación de consumo y la naturaleza y operatoria del negocio jurídico como segundo eje del desequilibrio estructural. En este caso, el adulto mayor se presume profano en la materia, es decir que al revestir el proveedor, carácter profesional, existirá una brecha de conocimiento entre ambas personas. Ello es así, toda vez que la persona humana o jurídica que se desenvuelva como proveedor conoce todos los detalles de la operatoria, es un experto en la misma y en el objeto de la relación de consumo. Esto implica que el proveedor sabe todo sobre la cosa o el servicio base de la relación de consumo, conoce todo sobre la mecánica de la operatoria que involucra a la adquisición o utilización de aquel y debe por lo tanto prever las potenciales consecuencias que de la relación se deriven.

La distancia de conocimiento aludida se agudiza cuando ponemos en valor el derecho a la información, a la seguridad, a la dignidad, a la educación y al acceso al consumo, respecto de los adultos mayores. Esto se debe a que para que la información cumpla con las condiciones y caracteres que el Sistema Jurídico Consumeril establece, es imprescindible que sea accesible para el anciano en un léxico comprensible, con una caligrafía legible y en un formato que no resulte ajeno o privativo para este colectivo. Reseña Talamoni¹³⁰, que en 1964 el Papa Pablo VI, con motivo de un seminario sobre la libertad de expresión organizado por la ONU, afirmó que “el derecho a la información es un derecho universal, inviolable e inalterable del hombre moderno, puesto que se funda en la naturaleza del hombre. Se trata de derecho activo y pasivo: por una parte, la búsqueda de la información; y por otra, la posibilidad de todos a recibirla”. En relación a la búsqueda de la información por parte del consumidor adulto mayor, es imprescindible que éste previamente se encuentre educado para consumir y además exista una política estatal proactiva en resguardo de sus derechos y de la atención permanente de sus consultas y denuncias. Ello aparece especialmente presente cuanto más desconocido o riesgoso sea el objeto de la relación de consumo y/o la operatoria por medio de la cual se instrumenta el acto. Como dijimos antes, el consumo responsable requiere de un consumidor educado e informado, puesto que ello fortalece las buenas prácticas consumeristas y tracciona a su vez a los proveedores hacia prácticas lícitas y promotoras del crecimiento de un mercado fiable y pujante.

Al referirnos al léxico comprensible, estamos aludiendo a la necesidad de que la información como conjunto de datos objetivos organizados coherentemente y referidos al objeto de la relación de consumo, al proveedor y a las características y particularidades de la

¹³⁰ Talamoni, Pablo. Ob. cit. Ut supra.

operación, sean puestas a disposición del adulto mayor en un lenguaje amigable con el público objetivo. Eso conlleva la práctica de facilitar la inclusión de los adultos en la comprensión de los datos pertinentes y la evitación de términos oscuros o abiertos o incompletos que puedan dar lugar a diversas interpretaciones o bien requieran ser acompañados con documentos conexos que no se proporcionen en el mismo acto. Cabe aclarar que según un estudio on line liderado por el Basque Center on Cognition, Brain and Language¹³¹, las personas mayores conocen más palabras en español que la gente joven. Ello sugiere que la capacidad de adquirir palabras nuevas no desaparece con la edad y que los hablantes de un idioma ven cómo su vocabulario aumenta en función de su experiencia con esa lengua. Todo ello implica que no existe una discapacidad para comprender per se, sino que ésta podría encontrar tropiezos si el proveedor utiliza términos extraños al vocabulario conocido por el anciano y no se ocupa de explicar su significado y de cumplir con la claridad y adecuación de la información requeridas por el Sistema Jurídico Consumeril.

En este complejo requerimiento, cabe preguntarnos, siguiendo a Barceló Aspeitia¹³², ¿Qué determina que una palabra signifique lo que significa? Por un lado, al usar esa palabra, el hablante quiso decir algo en específico. Por el otro, quien lo escucha entiende lo que el hablante quiso decir porque sabe lo que esa palabra convencionalmente significa y sabe cómo usar esa información para interpretar las palabras que el hablante emitió en las circunstancias dadas. Intuitivamente, parece que, para que una palabra signifique lo que significa, es necesario que se satisfagan ambos tipos de condiciones: condiciones internas del hablante (como que tenga la intención de usar la palabra con un significado dado) y condiciones externas (como que el escucha conozca las convenciones de uso del lenguaje que se habla en dicha comunidad). Entonces, será esencial que el vocabulario sea llano a fin de facilitar para el adulto mayor la cabal comprensión de la información en juego, interpelando a estos consumidores a que se acoplen a esta comunidad de consumo que tiene sus propias reglas, su terminología específica y una cultura que le sirve de contexto a fin de articular y entender la información. Como reseña Talamoni¹³³, "Según Genaro Carrió¹³⁴, el lenguaje es, desde una

¹³¹ Artículo "Las personas mayores dominan más vocabulario en español que las jóvenes". 2014. Disponible en <https://www.agenciasinc.es/Noticias/Las-personas-mayores-dominan-mas-vocabulario-en-espanol-que-las-jovenes>

¹³² Barceló Aspeitia, Axel. ¿Por Qué Una Palabra Significa Lo Que Significa? Comentarios a Escepticismo del Significado y Teorías de Conceptos de Silvio Mota Pinto. CRÍTICA, Revista Hispanoamericana de Filosofía. Vol. 43, No. 127. 2011.

¹³³ Talamoni, Pablo. Ob. cit. Ut supra.

perspectiva amplia y pragmática, una “herramienta de comunicación entre los hombres”. Sin embargo, dicho instrumento es problemático por las múltiples interpretaciones que se le puede dar al sentido de las palabras emitido por una persona, por los usos del lenguaje. Para el jurista existen diferentes usos:

1. Descriptivo, es decir verificar si algo es cierto o falso, casi desde un aspecto meramente científico.

2. Expresión de sentimientos o provocar sentimientos en los congéneres, donde predomina un aspecto poético.

3. Uso directivo, basado en el Derecho, donde el uso del lenguaje puede ser justo o injusto, oportuno o inoportuno, progresista o retrógrado.

4. Uso operativo, que se utiliza en el momento en que se dispone de una situación de acuerdo a una regla, como en el caso de un testamento.

La dificultad que se desprende de los distintos usos del lenguaje se encuentra en la correcta interpretación del tipo de uso que le esté dando un emisor y que complica al receptor para entender el significado de las palabras. Siguiendo a Carrió, los usos del lenguaje generan que las palabras contengan un significado general y no específico; esto se debe a la polisemia de las palabras, bien sea que se da por su uso metafórico o al significado de las palabras usado en conjuntos, en donde no tienen ningún tipo de conexidad o unión. Dentro del uso corriente del lenguaje, este tipo de ambigüedades se solucionan a través del contexto y, en su defecto, a través de la precisión del significado de una palabra por parte de su emisor. Ello obliga a establecer un juego de reglas. La vaguedad en el sentido de las palabras genera la textura abierta del lenguaje, donde a pesar de que se use un criterio estrictamente lógico para deducir el significado de una palabra, no se podrá llegar a una convención definitiva sobre su alcance, que conlleva a un debate permanentemente abierto sobre el completo significado de una palabra; es decir, es un campo no decidido".

Para contrarrestar los efectos negativos que pudiesen darse, Talamoni¹³⁵ plantea la necesidad de lograr la accesibilidad cognitiva que beneficia a todas las personas, ya que las sociedades modernas y orientadas al ciudadano pugnan por hacer el entorno del ser humano más amigable, cercano, comprensible y, por tanto, contenedor desde el punto de vista sociológico. Dicha accesibilidad, afirma Moisés Lamigueiro, favorece a todas las personas, en la medida que todos tenemos la necesidad de comprender la información y los entornos que

¹³⁴ Carrió, Genaro. Notas sobre derecho y lenguaje. Editorial Abeledo Perrot. 1986.

¹³⁵ Talamoni, Pablo. Ob. cit. Ut supra.

frecuentamos, pero hay ciertos colectivos que presentan una serie de deficiencias en el funcionamiento de sus procesos neurocognitivos (atención, memoria, percepción, etcétera), que dificultan la comprensión de la información que reciben del entorno. La diversidad y la fragilidad (vulnerabilidad, dependencia) es un hecho consustancial al ser humano, el reto es dar respuesta a las necesidades de comprensión de cada persona”. Dice también que “el derecho a comprender es un derecho no reconocido expresamente en la Constitución Argentina. Los positivistas consideran que los únicos derechos existentes son los reconocidos positivamente por un sistema jurídico. En contrario a esta lectura simplista y reduccionista, Dworkin sostiene que junto a los derechos legales existen derechos morales. Los derechos jurídicos y los derechos morales no pertenecen a órdenes conceptuales distintos. En caso de conflicto, los derechos jurídicos no triunfan necesariamente sobre los morales. Dworkin¹³⁶ defiende la prevalencia de unos derechos morales fuertes (strongs rights), derivados de la tutela de los principios básicos, principalmente, la dignidad humana e igualdad política, que no pueden ser desconocidos por los poderes públicos. Para Dworkin, son derechos preexistentes, pese a que no reivindica ninguna teoría metafísica. Por tanto, junto a los derechos legales existe otro tipo de derechos cuyo fundamento jamás será el consenso social reconocido en una norma sino un cierto tipo de moralidad básica. Dworkin sostiene que los derechos humanos tienen un marcado carácter moral que posibilita su fundamentación para la teoría y práctica jurídica, por el principio intrínseco de justicia que poseen en forma inherente”. Desde esta tesitura, el derecho a comprender se deriva del derecho a saber o conocer, puesto que no es cognoscible aquello que no se comprende y viceversa, siendo todos ellos derechos que subyacen a la positivización y se erigen como reflejos de los derechos fundamentales de la persona humana.

Respecto de la obligación de seguridad y su importancia cuando el consumidor es un adulto mayor, resulta imprescindible recordar la existencia del riesgo involucrado en todo acto de consumo en relación a la persona del consumidor y a su patrimonio. Ello es especialmente sensible en este colectivo ya que la exposición a las consecuencias nocivas puede repercutir con mayor potencia debido a la hipervulnerabilidad de los ancianos. Para protegerse y prevenir la causación de daños en el marco de la relación de consumo, como ya se expresó, la información resulta importante in extremis, siempre encauzada a través de la educación. El conocimiento empodera al adulto mayor y lo dota de herramientas que previenen el daño o, si éste ha ocurrido, indica vías y mecanismos para resolver el conflicto instalado.

¹³⁶ Nino, Carlos. Dworkin y la disolución de la controversia "positivismo vs. iusnaturalismo", Revista Latinoamericana de Filosofía, vol. 6. 1980.

Es dable sostener la existencia de una expectativa de seguridad por el consumidor respecto del proveedor. Como se analizó antes, este colectivo tiende a formar consentimiento sobre su consumo a partir de experiencias anteriores como punto de referencia y ello involucra entre otras cuestiones, la confianza en los proveedores que ya conoce. Sin embargo por múltiples razones será necesario relacionarse con nuevos sujetos y en esos casos, la protección por parte del estado y el compromiso de los referentes de la oferta en pos de la indemnidad del consumidor mayor son clave, dado que no es viable proyectar hacia nuevos oferentes la fama de los ya conocidos. Asimismo, incluso si el anciano se vinculase con proveedores con quienes ya tuvo experiencia previa, nada garantiza que la misma se repita, pues en cada acto de consumo inciden variables que pueden provocar cambios deseables o no.

En cuanto a la dignidad del consumidor mayor, recogiendo los principios anteriormente desarrollados contenidos en el Sistema Jurídico Consumeril, con especial atención a lo preceptuado en los artículos 51¹³⁷, 1097 y 1098 del Código Civil y Comercial de la Nación, el artículo 8 bis de la Ley de Defensa del Consumidor y el artículo 42 de nuestra Carta Magna, y su reflejo en los instrumentos internacionales, es dable apuntar que el tratamiento dispensado al anciano debe estar sustentado en el respeto irrestricto de sus derechos humanos y en la plena conciencia permanente respecto de su autonomía y libertad. Conceptos ambos incluidos en la cláusula diecinueve de la Constitución Nacional¹³⁸ a través de la regla de permisividad, que implica que lo no prohibido expresamente, está permitido. Allí se materializa lo que Landa Arroyo¹³⁹ llama la función libertaria de la dignidad humana. Aporta Santiago¹⁴⁰ que “la dignidad humana no es por tanto un concepto jurídico vago e indeterminado. Él está incorporado a los textos constitucionales, convencionales y legales, y se acude a él con frecuencia en las decisiones jurisprudenciales nacionales e internacionales. Es fundamento y fuente de derechos y obligaciones y de él deriva la trascendental distinción jurídica entre personas y cosas”. En un profundo análisis respecto de la dignidad humana, sus

¹³⁷ CCCN. Artículo 51. Inviolabilidad de la persona humana. La persona humana es inviolable y en cualquier circunstancia tiene derecho al reconocimiento y respeto de su dignidad.

¹³⁸ CN. Artículo 19. Las acciones privadas de los hombres que de ningún modo ofendan al orden y a la moral pública, ni perjudiquen a un tercero, están sólo reservadas a Dios, y exentas de la autoridad de los magistrados. Ningún habitante de la Nación será obligado a hacer lo que no manda la ley, ni privado de lo que ella no prohíbe.

¹³⁹ Landa Arroyo, César. Dignidad de la persona humana. Publicado en *Ius Et Veritas*. 2000. Disponible en <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/iusetveritas/article/view/15957/16381>

¹⁴⁰ Santiago, Alfonso. La dignidad de la persona humana como fundamento del orden público y jurídico. Ed. Abaco. 2022

implicancias y origen de su protección, Landa Arroyo¹⁴¹ siguiendo a Ehmke¹⁴², explica que “el restablecimiento del Estado de Derecho en la postguerra quedó impregnado mecánicamente de un aura iusnaturalista caracterizado por dos elementos. Por un lado, otorgar a la persona humana y a su dignidad una posición central en la Constitución, asignándole a ésta un carácter de norma política y jurídica suprema e inviolable, en cuanto limitación y racionalización del poder; lo cual significó fortalecer el proceso político libre y vivo, interpretando la Constitución como una ordenación jurídica fundamental del Estado al servicio de la persona humana y de su dignidad”. Ahondando en la misma huella respecto del papel preponderante de los derechos humanos y especialmente de la dignidad, Landa Arroyo agrega que la propia constitución y el sistema legal todo son los instrumentos para la protección de la dignidad humana, base de los derechos fundamentales de las personas y que como enseña Krüger¹⁴³, hasta el año 1950 estos derechos eran válidos sólo en el marco de la ley, mientras que en adelante la ley sólo era válida en el marco de los derechos fundamentales. Fortaleciendo esa línea argumental y en estricto cumplimiento del principio de progresividad y no regresividad, Häberle¹⁴⁴ sostiene que la dignidad humana se ha convertido en una premisa antropológica del Estado constitucional, siendo una garantía del status quo democrático y, por ende constituyendo un punto de no retorno en el estadio de desarrollo de la civilización humana. Como se deriva lógicamente, el consumidor mayor debe gozar de ese principalísimo derecho frente a las acciones u omisiones del proveedor, sea éste una persona privada o pública, pues este pilar de los derechos humanos no admite excepciones y en todo caso, se concentra tuitivamente respecto de sujetos hipervulnerables. Volveremos luego sobre este tópico.

Por otra parte, la manera en la cual el proveedor trate al adulto mayor debe referenciarse siempre a la evitación de una situación vergonzante o vejatoria, máxime cuando el proceso comunicacional se instrumente por medios que importen esperas o intervenciones asincrónicas, tramitaciones con excesiva burocracia o de una complejidad importante, ya que tales circunstancias, impondrán por parte del profesional la obligación de arbitrar los recursos necesarios para que no suponga una violación a la dignidad del mayor. Esto tendrá su reflejo

¹⁴¹ Landa Arroyo, César. Ob.Cit. Ut Supra.

¹⁴² Ehmke, Horst. Grenzen der Verfassungsänderung en el compendio del autor. Beiträge zur Verfassungstheorie und Verfassungspolitik (Haberle editor). Königstein: Athenäum Verlag. 1981.

¹⁴³ Krüger, Herbert. Grundgesetzgebung. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht in Göttingen. 1950.

¹⁴⁴ Häberle, Peter. La libertad fundamental en el Estado constitucional. 1997.

en todo espacio dialógico entre los extremos de la relación de consumo, acertando a disponer en cada caso de protocolos inclusivos para este colectivo, disponiendo la adecuación y previsión de estrategias encaminadas hacia la conclusión de un acto de consumo acorde a los altos estándares previstos en nuestra Carta Magna.

Cabe en este momento del desarrollo, avocarnos a la cuestión de la hipervulnerabilidad del consumidor adulto mayor. Frustagli¹⁴⁵ encuentra los orígenes de esta caracterización en los primeros estudios realizados por Ghidini¹⁴⁶, hacia fines de la década del setenta. Él fue uno de los primeros en utilizar la expresión “sotoconsumatori” para subrayar la necesidad de atender a ciertos desequilibrios o diferencias de condiciones perceptibles al interior de la propia categoría de consumidor. Dice Frustagli que al considerar esas diferencias, Ghidini, puso especial énfasis en situaciones de desventaja económica que dificultaban o impedían el acceso al consumo. Sin embargo, luego el enfoque se fue ampliando para atrapar otras situaciones de la realidad social donde la fragilidad del consumidor se incrementaba por sus condiciones peculiares como la edad, enfermedad, discapacidad, nivel cultural, etc¹⁴⁷.

Como sostiene Barocelli¹⁴⁸, la hipervulnerabilidad no se encuentra expresamente consagrada plenamente en nuestro derecho positivo, pero ha sido acogida por la Resolución 139/2020 de la Secretaría de Comercio Interior¹⁴⁹, por la doctrina¹⁵⁰ y jurisprudencia, y puede

¹⁴⁵ Frustagli, Sandra. La tutela del consumidor hipervulnerable en el derecho argentino. Disponible en <http://rephip.unr.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/2133/14486/La%20tutela%20del%20consumidor%20hipervulnerable%20en%20el%20Derecho%20argentino%20%28FRUSTAGLI-%20Revista%20de%20Derecho%20del%20Consumidor%29.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

¹⁴⁶ Ghidini, Gustavo. *Per i consumatori*. Ed. Zanichelli. 1977.

¹⁴⁷ Cavanillas Múgica, Santiago, La protección del subconsumidor en la normativa sobre responsabilidad civil por productos o servicios defectuosos, en *Estudios sobre consumo* N° 18. 1990; Acedo Penco, Ángel, Los subconsumidores como colectivos de especial protección reconocidos en el estatuto de los consumidores de Extremadura, en *Anuario de la Facultad de Derecho* N° 22. 2004. Lorenzetti, Ricardo. *Consumidores*. Dice que “Son casos de subconsumidores los menores de edad, los ancianos y los enfermos graves...”; Frustagli, Sandra y Hernández, Carlos. El concepto de consumidor. *Proyecciones actuales en el Derecho argentino*. Ed. La Ley. 2011; Heineck Schmitt, Cristiano. “Prevención y reparación de daños al consumidor anciano en América Latina, en *Revista Jurídica de Daños*, Número 4. 2012. IJ Editores; Barocelli, Sergio. Incumplimiento del trato digno y equitativo a consumidores hipervulnerables y daños punitivos: la Suprema Corte de Buenos Aires confirma su procedencia. Ed. La Ley Online. 2013.

¹⁴⁸ Barocelli, Sergio. La problemática de los consumidores hipervulnerables en el derecho del consumidor argentino. Volumen IV. Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires. 2020.

¹⁴⁹ Resolución de la Secretaría de Comercio Interior N° 139/2020: Artículo 1: Establécese que a los fines de lo previsto en el Artículo 1° de la Ley N° 24.240 se consideran consumidores hipervulnerables, a aquellos consumidores que sean personas humanas y que se encuentren en otras situaciones de vulnerabilidad en razón de su edad, género, estado físico o mental, o por circunstancias

sostenerse que encuentra una mención tangencial, tras la reforma de la ley 26361, en el artículo 60 de la Ley de Defensa del Consumidor N° 24240, referida a los planes de educación al consumidor. Allí se expresa que deberá garantizarse “la implementación de programas destinados a aquellos consumidores y usuarios que se encuentren en situación desventajosa, tanto en zonas rurales como urbanas”. Como se explicó previamente, existe un desequilibrio estructural entre el proveedor y el consumidor que da origen a una presunción iure et de iure¹⁵¹ respecto de la vulnerabilidad del segundo. Es esta entonces un presupuesto que la ciencia jurídica reconoce como merecedor de la tutela in abstracto, sin atender a

sociales, económicas, étnicas y/o culturales, que provoquen especiales dificultades para ejercer con plenitud sus derechos como consumidores.

Asimismo, podrán ser considerados consumidores hipervulnerables las personas jurídicas sin fines de lucro que orienten sus objetos sociales a los colectivos comprendidos en el presente artículo.

Artículo 2: A los efectos de la presente medida podrán constituir causas de hipervulnerabilidad, entre otras, las siguientes condiciones:

- a) reclamos que involucren derechos o intereses de niños, niñas y adolescentes;
- b) ser personas pertenecientes al colectivo LGBT+ (lesbianas, gays, bisexuales y transgénero);
- c) ser personas mayores de 70 años;
- d) ser personas con discapacidad conforme certificado que así lo acredite;
- e) la condición de persona migrante o turista;
- f) la pertenencia a comunidades de pueblos originarios;
- g) ruralidad;
- h) residencia en barrios populares conforme Ley N° 27.453;
- i) situaciones de vulnerabilidad socio-económica acreditada por alguno de los siguientes requisitos:
 - 1) Ser Jubilado/a o Pensionado/a o Trabajador/a en Relación de Dependencia que perciba una remuneración bruta menor o igual a DOS (2) Salarios Mínimos Vitales y Móviles;
 - 2) Ser Monotributista inscripto en una categoría cuyo ingreso anual mensualizado no supere en DOS (2) veces el Salario Mínimo Vital y Móvil;
 - 3) Ser Beneficiario/a de una Pensión No Contributiva y percibir ingresos mensuales brutos no superiores a DOS (2) veces el Salario Mínimo Vital y Móvil;
 - 4) Ser beneficiario/a de la Asignación por Embarazo para Protección Social o la Asignación Universal por Hijo para Protección Social;
 - 5) Estar inscripto/a en el Régimen de Monotributo Social;
 - 6) Estar incorporado/a en el Régimen Especial de Seguridad Social para empleados del Servicio Doméstico (Ley 26.844);
 - 7) Estar percibiendo el seguro de desempleo;
 - 8) Ser titular de una Pensión Vitalicia a Veteranos de Guerra del Atlántico Sur (Ley N° 23.848);

Artículo 4: Dispónese que todos los procedimientos administrativos en los que esté involucrado un consumidor o consumidora hipervulnerable, se deberán observar los siguientes principios procedimentales rectores, sin perjuicio de otros establecidos la legislación vigente:

- a) Lenguaje accesible: toda comunicación deberá utilizar lenguaje claro, coloquial, expresado en sentido llano, conciso, entendible y adecuado a las condiciones de las y los consumidores hipervulnerables;
- b) Deber reforzado de colaboración: los proveedores deberán desplegar un comportamiento tendiente a garantizar la adecuada y rápida composición del conflicto prestando para ello toda su colaboración posible.

¹⁵⁰ Lima Marques, Claudia. Solidaridad en la enfermedad y en la muerte: sobre la necesidad de acciones afirmativas en contratos de planes de salud y de planes funerarios frente al consumidor anciano, en Lorenzetti, Ricardo y Lima Marques, Claudia. Contratos de servicios a los consumidores. Ed. RubinzalCulzoni. 2005.

¹⁵¹ Amaral, Luiz Otavio de Oliveira. Teoría geral do direito do consumidor. Revista dos Tribunais. San Pablo. 2011; Sobrino, Waldo. Consumidor de seguros. Buenos Aires. Ed. La Ley. 2009.

ninguna situación particular a la hora de su configuración. A su vez, cuando en concreto exista alguna situación personal diferenciada de hiposuficiencia, dará lugar a la hipervulnerabilidad que agrava el estado del consumidor. En este especial supuesto, no caben dudas de que el adulto mayor participa de esta categoría toda vez que agrega a su vulnerabilidad de base como consumidor, la de su edad, siendo parte de uno de los colectivos destacados por la Constitución Nacional como vulnerables¹⁵².

La resolución aludida expresa en sus considerandos las bases de protección de los colectivos hipervulnerables y plasma en su breve articulado la definición de hipervulnerabilidad y su especial tratamiento en el marco de los reclamos en la sede administrativa y judicial.

A continuación se transcriben algunos de sus considerandos más representativos de la preocupación por la hipervulnerabilidad, incluidas naturalmente, la que tiene por raíz la ancianidad de los consumidores:

“Que a través del Artículo 42 de la CONSTITUCIÓN NACIONAL, se garantiza a las y los consumidores, en el marco de las relaciones de consumo, la protección de su salud, seguridad e intereses económicos, el derecho a una información adecuada y veraz, a la libertad de elección y a condiciones de trato equitativo y digno, debiendo las Autoridades proveer a la protección de esos derechos y establecer procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos.

Que, dicha previsión constitucional reconoce en las y los consumidores su vulnerabilidad estructural en el mercado de consumo frente a los proveedores de bienes y servicios y la necesidad de que, las autoridades públicas provean a la protección de sus derechos.

Que, no obstante, la vulnerabilidad estructural de todos los consumidores en el mercado, algunos de ellos pueden encontrar agravada su situación en razón de su edad, género, condición psicofísica, nacionalidad, entre otras, lo que obliga a la adopción de medidas de tutela diferenciada sobre estos sujetos.

Que mediante el inciso 23 del Artículo 75 de la CONSTITUCIÓN NACIONAL impone la necesidad de promover medidas de acción positiva que garanticen la igualdad real de oportunidades y de trato y el pleno goce y ejercicio de los derechos reconocidos por la citada Constitución y por los Tratados Internacionales vigentes sobre derechos humanos, en

¹⁵² Conforme CN. Artículo 75 inciso 23.

particular respecto de los niños y las niñas, las mujeres, los adultos mayores y las personas con discapacidad.

Que, los grupos especialmente desaventajados mencionados anteriormente, también se encuentran alcanzados por la protección de la “Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer”, la “Convención sobre los Derechos del Niño”, la “Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad”, los cuales gozan de jerarquía constitucional en los términos del inciso 22 del Artículo 75 de la CONSTITUCIÓN NACIONAL.

Que, a su vez, en relación a los adultos mayores, se encuentran alcanzados por las previsiones de la “Convención Interamericana sobre Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores”.

Que la existencia de condiciones de vulnerabilidad en las que se encuentran ciertos grupos de personas requiere la intervención de los Tres Poderes de la REPÚBLICA ARGENTINA en aras a mitigar las desigualdades mencionadas en los considerandos inmediatos anteriores.

Que, así también, el reconocimiento de estos grupos desaventajados obliga al resto del aparato de la Administración Pública a intervenir en las situaciones de desigualdad y privación de derechos, especialmente cuando se trata de sujetos en situación de vulnerabilidad.

Que, este deber se ve acentuado cuando la parte afectada es la consumidora o el consumidor que ostenta una situación de hipervulnerabilidad, doble vulnerabilidad o vulnerabilidad agravada.

Que, atendiendo a estos fines, corresponde brindar a los consumidores hipervulnerables una atención prioritaria que se materializa con la implementación de estrategias dinámicas, personalizadas y ágiles que permitan una adecuada composición de los conflictos según las necesidades de cada caso.

Que atento estas facultades y las situaciones expuestas precedentemente, deviene pertinente y necesario, mediante la presente medida institucionalizar esta tutela de acompañamiento oficiosa, expedita y especializada hacia los reclamos presentados por consumidores hipervulnerables a través del Sistema de Servicio de Conciliación Previa en las Relaciones de Consumo (COPREC), Sistema Nacional de Arbitraje de Consumo (SNAC) y Ventanilla Federal Única de Reclamos de Defensa del Consumidor, con el objetivo de fortalecer su funcionamiento y de cumplir con la manda constitucional y legal prevista para estos casos”.

Acudamos nuevamente a Barocelli¹⁵³, quien utiliza magistralmente la Resolución del Parlamento Europeo del 22 de mayo de 2012¹⁵⁴, sobre una estrategia de refuerzo de los derechos de los consumidores vulnerables para profundizar respecto del reconocimiento internacional de la existencia de consumidores hiposuficientes. Dicha norma establece: “el concepto ampliamente utilizado de consumidores vulnerables se basa en la noción de vulnerabilidad endógena y hace referencia a un grupo heterogéneo compuesto por aquellas personas consideradas de forma permanente como tales por razón de su discapacidad mental, física o psicológica, su edad, su credulidad o su género”; agregándose que el concepto debe incluir también a “[...] los consumidores en una situación de vulnerabilidad”, entendiéndose por tales a aquellos que se encuentren “[...] en un estado de impotencia temporal derivada de una brecha entre su estado y sus características individuales, por una parte, y su entorno externo, por otra parte, teniendo en cuenta criterios tales como la educación, la situación social y financiera (por ejemplo, el endeudamiento excesivo), el acceso a internet, etc.”; para finalmente señalar: “[...] todos los consumidores, en algún momento de su vida, pueden pasar a ser vulnerables debido a factores externos y a sus interacciones con el mercado, o porque experimenten dificultades para acceder a información adecuada dirigida a los consumidores y entenderla, y, por tanto, precisen de una protección especial”. Este autor alude a otros esfuerzos legislativos en el mismo sentido, que entendemos en razón de su importancia como prueba de la necesidad de protección especial, es necesario mencionar y referenciar. Tal es el caso de Francia¹⁵⁵, Italia¹⁵⁶, Luxemburgo¹⁵⁷, Andorra¹⁵⁸, Papúa Nueva Guinea¹⁵⁹, varios Estatutos autonómicos del consumidor en España lo contemplan, como el caso de Andalucía¹⁶⁰, Aragón¹⁶¹, Canarias¹⁶², Cantabria¹⁶³, Castilla – La Mancha¹⁶⁴, Castilla y

¹⁵³ Barocelli, Sergio. Ob. Cit. Ut Supra.

¹⁵⁴ Resolución del Parlamento Europeo del 22/05/2012. Disponible en https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-7-2012-0209_ES.html

¹⁵⁵ Código de Consumo, art. 121-1.

¹⁵⁶ Código de Consumo, arts. 4º y 20.

¹⁵⁷ Código de Consumo, art. L. 122-1.

¹⁵⁸ Ley Nº 13/2013 de Protección al Consumidor, art. 2º, inc. h.

¹⁵⁹ Ley de la Comisión Independiente de Consumo y Competencia de 2002, art. 5º, inc. 2º, ap. b.

¹⁶⁰ Ley Nº 13/2003, del 17 de diciembre, de Defensa y Protección de los Consumidores y Usuarios de Andalucía, “Situaciones de inferioridad”: Exposición de motivos, punto II; art. 4º, inc. 7º; arts. 36 y 37; art. 72, inc. 3 b.

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

León¹⁶⁵, Cataluña¹⁶⁶, Comunidad Valenciana¹⁶⁷, Extremadura¹⁶⁸, Galicia¹⁶⁹, Islas Baleares¹⁷⁰, La Rioja¹⁷¹, Madrid¹⁷², Navarra¹⁷³, País Vasco¹⁷⁴, Principado de Asturias¹⁷⁵ y Región de

¹⁶¹ Ley N° 16/2006, del 28 de diciembre, de Protección y Defensa de los Consumidores y Usuarios de Aragón, “Colectivos de consumidores especialmente protegibles”: Preámbulo, 3er. párrafo; art. 5°; art. 8°, inc. d; art. 15, inc. f y arts. 82 y 83.

¹⁶² Ley N° 3/2003, del 12 de febrero, del Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Comunidad Autónoma de Canarias, “Colectivos especialmente protegidos”: art. 4°; art. 5°, inc. d; art. 15, inc. d; art. 43, inc. f.

¹⁶³ Ley N° 1/2006, del 7 de marzo, de Defensa de los Consumidores y Usuarios, “Colectivos especialmente protegidos”: Preámbulo, punto II; art. 4°; art. 15, inc. 3°; art. 23, inc. e; art. 27, inc. e; art. 32, inc. 4°; art. 52, inc. f.

¹⁶⁴ Ley N° 11/2005, del 15 de diciembre, del Estatuto del Consumidor, “Situaciones de protección prioritaria”: art. 3°; art. 4°, inc. k; art. 15, inc. 2°; art. 23, inc. 2°.

¹⁶⁵ Ley N° 2/2015, del 4 de marzo, por la que se aprueba el Estatuto del Consumidor de Castilla y León, “Supuestos especiales”: Exposición de motivos, punto II, 6° párrafo; art. 4°; art. 5°, inc. f; art. 15, inc. 1°; art. 16, inc. 2 a.

¹⁶⁶ Código de Consumo de Cataluña, “Colectivos especialmente protegidos”: Preámbulo, punto III, 4° y 5° párrafos; art. 111-2, inc. c; art. 121-3; art. 126-10, inc. g; art. 126-18, inc. a; art. 262-10; art. 332-4, inc. b; art. 333-2, inc. d.

¹⁶⁷ Ley N° 1/2011, del 22 de marzo, por el que se aprueba el Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Comunidad Valenciana, “De los colectivos de especial protección”: Preámbulo, 13° párrafo; art. 6°; art. 7°, inc. 2°; art. 17, inc. a; art. 27, inc. 1°; art. 70, inc. 2 b; art. 71, inc. 3 f.

¹⁶⁸ Ley N° 6/2001, del 24 de mayo, del Estatuto de Consumidores de Extremadura, “Colectivos de especial protección”: Exposición de motivos, 13° párrafo; art. 5°; art. 21; art. 34, inc. f; art. 39, inc. f.

¹⁶⁹ Ley N° 2/2012, del 28 de marzo, gallega de protección general de las personas consumidoras y usuarias, “Colectivos de especial protección”: exposición de motivos, 11° y 15° párrafo; art. 7°; art. 8°; art. 11, inc. f; art. 49, incs. d y f; art. 84, inc. b; art. 88, inc. d.

¹⁷⁰ Ley N° 7/2014, del 23 de julio, de Protección de las Personas Consumidores y Usuarias de las Illes Balears, “Consumidores vulnerables”: Exposición de motivos, 10° párrafo, art. 2°, inc. b; art. 4°, inc. c; art. 8°, apartado 2; art. 15; art. 82, apartado 2, inc. j.

¹⁷¹ Ley N° 5/2013, del 12 de abril, para la Defensa de los Consumidores de la Comunidad Autónoma de La Rioja, “Colectivos que se encuentren en situaciones de indefensión, inferioridad o subordinación”: Exposición de motivos, 16° párrafo; art. 3°, apartado 1, inc. k; art. 6°, apartado 3; art. 36, apartado 1; art. 67, apartado 3, inc. b.

¹⁷² Ley N° 11/1998, del 9 de julio, de Protección de los Consumidores de la comunidad de Madrid, “Colectivos de especial protección”: Preámbulo, 11° párrafo; art. 4°; art. 16, apartado 2, inc. d; art. 17, apartado 4; art. 20, apartado 1, inc. a; apartado 2, inc. a; art. 34, apartado 2; art. 52, apartado 1.

¹⁷³ Ley Foral N° 7/2006, del 20 de junio, de Defensa de los Consumidores y Usuarios, “Supuestos de especial protección”: Exposición de motivos, 15° párrafo y art. 3°.

¹⁷⁴ Ley N° 2/2012, del 9 de febrero (modificación Ley N° 6/2003), de Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias, “Colectivos de especial protección en situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión”, art. 5°, inc. b.

¹⁷⁵ Ley N° 11/2002, del 2 de diciembre, de los Consumidores y Usuarios, “Colectivos de especial protección”: exposición de motivos, 7° párrafo; art. 5°; art. 14; art. 19, apartado 3; art. 21, inc. d; art. 39.

Murcia¹⁷⁶. En América, es dable mencionar el Código de Defensa del Consumidor de Brasil que en su art. 39, parágrafo IV, resalta en la problemática de las prácticas abusivas el hecho de prevalerse de la “ignorancia”, “edad”, “salud” o “condición social” del consumidor, para imponerle sus productos o servicios. El Código de Protección y Defensa del Consumidor de Perú que hace lo propio al establecer en el artículo IV, inciso cuarto, que la labor de protección y defensa del consumidor debe poner especial énfasis en quienes resulten más propensos a ser víctimas de prácticas contrarias a sus derechos por sus condiciones especiales, como es el caso de las gestantes, niñas, niños, adultos mayores y personas con discapacidad, así como los consumidores de las zonas rurales o de extrema pobreza. En Bolivia, Bolivia, el art. 15 de la ley N° 453 dispone “Información para personas vulnerables. El proveedor de productos o servicios alimenticios está obligado a proporcionar información:

- a) De alimentos que causen daños o riesgos a la salud de las mujeres gestantes, al embrión, al feto o al recién nacido, adultos mayores y personas con discapacidad.
- b) Sobre los beneficios de la leche materna.
- c) De los daños o riesgos a la salud de las niñas, niños y adolescentes, adultos mayores y personas con discapacidad”.

Como se observa en este apretado recorrido por algunos de los ejemplos de positivización explícita de la categoría de hipervulnerables, los adultos mayores son objeto de tutela especial en el marco de las relaciones de consumo, advirtiéndose que su participación en esos vínculos jurídicos comprende siempre la concurrencia en su persona de al menos dos especies de vulnerabilidades que agravan el presupuesto desequilibrio estructural, nos referimos concretamente al ser consumidores y pertenecer a la vez al colectivo de ancianos. Ello se extremaría si se sumase otro eje de vulnerabilidad como ser la pobreza o la discapacidad.

En Argentina, como ya se anticipó no existe una previsión expresa de esta caracterización, aunque podemos derivarla lógicamente de la naturaleza tuitiva misma del Sistema Jurídico Consumeril y especialmente del mentado artículo 60 de la Ley de Defensa del Consumidor. Sin embargo existen normas que tienen en cuenta esta posibilidad, como por ejemplo la Constitución de la Provincia de Santiago del Estero que en su artículo 36 refiere a los niños y ancianos como consumidores. Especial mención merece la ley 13133 que es el Código Provincial de Implementación de los Derechos de los Consumidores y Usuarios. Esta

¹⁷⁶ Ley N° 1/2008, del 21 de abril (modifica la Ley N° 4/1996, 14 de junio), del Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Región de Murcia, “Colectivos especiales”, art. 30, apartado 1.

norma, en su Título VIII referido a la Prevención y Solución de Conflictos en Ámbito Administrativo, cuenta con el Capítulo III que trata sobre la Asistencia a los Consumidores y Usuarios, en su artículo 34 establece: “Sin perjuicio de las demás funciones previstas en la presente ley, el Gobierno Provincial a través de la Autoridad de Aplicación, prestará un servicio integral y gratuito de consultas y asesoramiento técnico, jurídico, y programas de asistencia a los consumidores y usuarios que en las relaciones de consumo se encuentren en situaciones de desventaja, necesidad, inferioridad, subordinación o indefensión, asimismo podrán participar como peritos o emitiendo dictamen en los procesos si fueren requeridos por el juez”. Es dable aclarar aquí que haciendo una interpretación literal, se puede colegir que estos vocablos aluden a la situación de la hipervulnerabilidad, pues se destaca que en esos casos se agrega este servicio especial por parte de la Autoridad de Aplicación.

Por último, mencionaremos un fallo de la Corte Suprema de Justicia de la Nación, en el cual el máximo tribunal refiere a la caracterización de la hipervulnerabilidad de los adultos mayores. Es el caso *Ledesma c/ Metrovías*¹⁷⁷, en el que la Corte, en el considerando noveno, al analizar la responsabilidad del prestador del servicio de transporte a partir de la obligación de seguridad prevista en el artículo 42 de la Constitución Nacional, sostiene “...No se puede soslayar, por otra parte, que dicho servicio es también utilizado por menores y personas de edad avanzada o con ciertas disminuciones físicas que, como consecuencia de los tumultos de pasajeros en determinadas horas del día, pueden ver seriamente comprometida su integridad física...”. A su tiempo, en el considerando décimo, alude a la obligación del proveedor de dispensarle al consumidor un trato digno, y dice: “...Que la Constitución Nacional obliga a los prestadores de servicios a los consumidores a brindarles un trato digno (art. 42 Constitución Nacional). El trato digno al pasajero transportado significa que se deben adoptar medidas para que sea atendido como una persona humana con dignidad, contemplando la situación de quienes tienen capacidades diferentes, o son menores, o no tienen la instrucción necesaria para comprender el funcionamiento de lo que se le ofrece...”. Entiende Barocelli que la Corte utilizó la hipervulnerabilidad como medida para evaluar el carácter adecuado del cumplimiento de los deberes de información, seguridad y trato digno y equitativo, como así también al analizar la publicidad y otras prácticas comerciales.

Aporta Frustagli¹⁷⁸ que en ausencia de reglas expresas, la intensificación del principio favor consumidor deberá proyectarse en el funcionamiento concreto de las normas generales y

¹⁷⁷ CSJN, 22-4-2008, “Ledesma, María Leonor c/ Metrovías S.A.”, Fallos: 331:819.

¹⁷⁸ Frustagli, Sandra. Ob. Cit. Ut Supra.

especiales que rigen las relaciones de consumo para asegurar la efectiva tutela de los derechos reconocidos. Esto requiere que el encargado de su aplicación atienda a las condiciones o situaciones que, en un determinado caso, pueden converger y tornar a un consumidor más débil que el resto. En ese sentido, cabe recordar que las XXIII Jornadas Nacionales de Derecho Civil, antes citadas, declararon que “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”.

La educación para consumir es un desafío respecto al consumidor mayor, dado que a partir de la previsión legal explicitada en la Ley de Defensa del Consumidor¹⁷⁹, la misma es fundamentalmente una obligación estatal que luego puede efectivizarse también a través de las Asociaciones de Consumidores¹⁸⁰. Éstas son personas jurídicas privadas cuyo objeto es

¹⁷⁹ LDC. Artículo 60. Planes educativos. Incumbe al Estado nacional, a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a las provincias y a los Municipios, la formulación de planes generales de educación para el consumo y su difusión pública, arbitrando las medidas necesarias para incluir dentro de los planes oficiales de educación inicial, primaria, media, terciaria y universitaria los preceptos y alcances de esta ley, así como también fomentar la creación y el funcionamiento de las asociaciones de consumidores y usuarios y la participación de la comunidad en ellas, garantizando la implementación de programas destinados a aquellos consumidores y usuarios que se encuentren en situación desventajosa, tanto en zonas rurales como urbanas.

LDC. Artículo 61. Formación del Consumidor. La formación del consumidor debe facilitar la comprensión y utilización de la información sobre temas inherentes al consumidor, orientarlo a prevenir los riesgos que puedan derivarse del consumo de productos o de la utilización de los servicios. Para ayudarlo a evaluar alternativas y emplear los recursos en forma eficiente deberán incluir en su formación, entre otros, los siguientes contenidos:

- a) Sanidad, nutrición, prevención de las enfermedades transmitidas por los alimentos y adulteración de los alimentos.
- b) Los peligros y el rotulado de los productos.
- c) Legislación pertinente, forma de obtener compensación y los organismos de protección al consumidor.
- d) Información sobre pesas y medidas, precios, calidad y disponibilidad de los artículos de primera necesidad.
- e) Protección del medio ambiente y utilización eficiente de materiales.

¹⁸⁰ LDC. Artículo 56. Autorización para Funcionar. Las organizaciones que tengan como finalidad la defensa, información y educación del consumidor, deberán requerir autorización a la autoridad de aplicación para funcionar como tales. Se entenderá que cumplen con dicho objetivo, cuando sus fines sean los siguientes:

- a) Velar por el fiel cumplimiento de las leyes, decretos y resoluciones de carácter nacional, provincial o municipal, que hayan sido dictadas para proteger al consumidor;
- b) Proponer a los organismos competentes el dictado de normas jurídicas o medidas de carácter administrativo o legal, destinadas a proteger o a educar a los consumidores;
- c) Colaborar con los organismos oficiales o privados, técnicos o consultivos para el perfeccionamiento de la legislación del consumidor o materia inherente a ellos;
- d) Recibir reclamaciones de consumidores y promover soluciones amigables entre ellos y los responsables del reclamo;
- e) Defender y representar los intereses de los consumidores, ante la justicia, autoridad de aplicación y/u otros organismos oficiales o privados;
- f) Asesorar a los consumidores sobre el consumo de bienes y/o uso de servicios, precios, condiciones de compra, calidad y otras materias de interés;
- g) Organizar, realizar y divulgar estudios de mercado, de control de calidad, estadísticas de precios y suministrar toda otra información de interés para los consumidores. En los estudios sobre controles de calidad, previo a su

conteste con lo normado al respecto por el artículo 56 de la LDC y que se han registrado ante la Autoridad de Aplicación de la LDC. El adulto mayor tiene derecho de acceso a la educación en sentido amplio, abarcando el ciclo primario, secundario, terciario y universitario, y todo otro espacio formativo disponible en la República Argentina. Como la educación para el consumo se garantiza dentro de los planes formales de educación, si el anciano atravesó cualquier instancia de escolarización, debería haberse introducido en esta temática. Sin embargo, y previendo que ello no hubiere ocurrido por la razón que fuese, es una carga del estado en cualesquiera de sus niveles, prever dispositivos que solventen esta obligación, arbitrando los medios para que estas personas humanas comprendan sus derechos y obligaciones, así como que sean capaces de detectar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas como sujetos involucrados en actos de consumo cada vez más complejos. Debido a que la mayor parte del colectivo en cuestión ya ha recorrido la formación obligatoria o bien ha desistido de completarla, alejándose de la escuela, cobra más importancia la construcción de puentes comunicacionales entre instituciones intermedias y el estado a fin de concretar la alfabetización jurídica en materia de derecho consumeril. Como sostienen Parra y Testa¹⁸¹, “el ser humano evoluciona y aprende a lo largo de toda su vida, siempre y cuando cuente con la predisposición personal y el sostén social para que el proceso evolutivo se realice. De acuerdo con la acertada opinión de Erikson¹⁸², atraviesa ocho edades – desde su nacimiento hasta la vejez y su posterior muerte en la que enfrenta desafíos, duelos y situaciones a resolver. La edad adulta, en su último tramo, llamada vejez, conlleva una serie de conflictos que, sorteados harán de los adultos mayores, personas confiadas en sí mismas, desenvueltas, con gran capacidad de decisión y determinismo a la hora de resolver las situaciones que se les plantean”. En ese devenir de edades, la persona humana crece y necesita para ello seguir aprendiendo para continuar adaptándose al medio y no excluirse de sus posibilidades.

divulgación, se requerirá la certificación de los mismos por los organismos de contralor correspondientes, quienes se expedirán en los plazos que establezca la reglamentación;

h) Promover la educación del consumidor;

i) Realizar cualquier otra actividad tendiente a la defensa o protección de los intereses del consumidor.

¹⁸¹ Parra, Ricardo y Testa, Martín. El adulto mayor como consumidor hipervulnerable de los servicios de salud. Ponencia presentada en el XVIII Congreso Argentino de Derecho del Consumidor. II Encuentro Nacional de Profesores de Derecho del Consumidor. Comisión III: Consumidores Hipervulnerables. 2018.

¹⁸²Erikson, Erik. Infancia y sociedad. Ed. Hormé. 1993. Disponible en <http://metabase.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/607/Ocho%20edades%20del%20hombre.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Aún más sentido cobra este derecho cuando comprendemos cómo se ha ido complejizando el mercado y el acto de consumo mismo, incorporando tecnologías novedosas y estrategias de mercadotecnia que apelan cada vez más hacia el deseo en lugar de la necesidad, desarrollando nuevos métodos de acercamiento hacia los consumidores como es el caso de los influencers. Si bien se piensa en ellos como figuras que se desenvuelven fuertemente en las redes sociales, ello no es exclusivo de esos espacios y abundan en otros medios mucho más conocidos por los adultos mayores, como la televisión, la radio y los medios gráficos. La agresividad de estas campañas se esconde tras la cara amigable de personajes públicos reconocidos por los ancianos, quienes confían en la recomendación formulada en primera persona por el personaje, colocando al adulto mayor en una situación muy vulnerable, moviendo su voluntad hacia la concreción de actos de consumo que implicarán consecuencias tal vez no razonadas ni conocidas profundamente. Sumado a ello, la agudización de las artes distractorias y engañosas para lograr el consentimiento del mayor, van encontrando tácticas cada vez más difíciles de detectar y las posibilidades de éste de ser víctima de maniobras fraudulentas que pongan en riesgo su patrimonio y/o su salud psico-física crecen exponencialmente.

La educación como política pública es a todas luces una obligación que merece especial atención cuando se refiere a colectivos vulnerables e hipervulnerables, como es el caso de los ancianos, pero debe tener un cariz particular, enfocado en el empoderamiento de estos sujetos a partir de la puesta en valor de los saberes que surgen como consecuencia de la experiencia de vida lograda, de la apropiación de herramientas que adentren al mayor en el mundo moderno y que vigoricen sus potencialidades para aprovechar las oportunidades que el medio les ofrece. Este esfuerzo debe recoger del propio colectivo sus inquietudes y direccionar los esfuerzos hacia esos espacios formativos que resulten provechosos, ofreciendo una dinámica que se adecue a los tiempos y modos de los adultos mayores.

Por último y en relación al derecho de acceso al consumo por parte de los ancianos, aparece como necesario aludir primeramente al concepto de acceso. Del latín *accessus*, la Real Academia Española, esgrime seis acepciones para este vocablo, siendo las dos primeras relevantes a los efectos de esta tesis, a saber:

1. Acción de llegar o acercarse.
2. Entrada o paso.

De ello podemos colegir que el acceso implica que el adulto mayor no enfrenta barreras de ingreso a la relación de consumo. Es decir que no hay obstáculos ni restricciones exógenas al propio consumidor que supongan cortapisas al consumo. Importa básicamente la

obligación del resto de evitar turbar el acto de consumo. Mas sin embargo, y dado que aquí se sostiene que consumir es un derecho humano, y al mismo tiempo, que los adultos mayores son sujetos hipervulnerables, no basta con esa mera evitación, sino que surgirá como esperable la incursión en medidas de acción positiva por parte del estado y de prácticas por parte del proveedor a fin de favorecer la concreción del acto de consumo por parte de los mayores. Sobre esto se volverá luego en esta tesis, mas resulta útil referir al artículo 36 de la Constitución de la Provincia de Buenos Aires que estatuye que la Provincia promoverá la eliminación de los obstáculos económicos, sociales o de cualquier otra naturaleza, que afecten o impidan el ejercicio de los derechos y garantías constitucionales y específicamente en el punto seis establece que la Provincia promoverá políticas asistenciales y de revalorización del rol activo de los adultos mayores. Asimismo, en la Provincia de Buenos Aires, el propio artículo cuarto del anteriormente mencionado, Código Provincial de Implementación de los Derechos de los Consumidores y Usuarios, prevé que las políticas del gobierno deben garantizar a los consumidores y usuarios:

a) El acceso al consumo en condiciones de trato digno y equitativo, sin discriminaciones ni arbitrariedades por parte de los proveedores.

b) La protección efectiva contra las prácticas que puedan perjudicar la posibilidad de los consumidores de elegir en el mercado.

c) La competencia leal y efectiva, a fin de brindar a los consumidores la posibilidad de elegir variedad de productos y servicios a precios justos.

d) El permanente abastecimiento por parte de los prestadores de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades corrientes de la población.

Por su parte, la Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, incorporó la protección especial para este colectivo en el artículo 41 que reza: “La Ciudad garantiza a las personas mayores la igualdad de oportunidades y trato y el pleno goce de sus derechos. Vela por su protección y por su integración económica y sociocultural, y promueve la potencialidad de sus habilidades y experiencias. Para ello desarrolla políticas sociales que atienden sus necesidades específicas y elevan su calidad de vida; las ampara frente a situaciones de desprotección y brinda adecuado apoyo al grupo familiar para su cuidado, protección, seguridad y subsistencia; promueve alternativas a la institucionalización”. Como se ve, esta manda busca también traccionar al estado hacia la acción a través de medidas que posibiliten la concreción de los derechos de los mayores.

Cerraremos este apartado con una reflexión del célebre Ciuro Caldani¹⁸³ respecto de la amplitud tuitiva que merece el consumidor y que entendemos debe exacerbarse en el caso de los adultos mayores. Dice el doctrinario que el derecho del consumidor no sólo debe atender a la protección individual frente al proveedor (microprotección) sino también frente al sistema que lo produce (macroprotección), de manera de salvaguardar la dimensión humana de aquél.

6. El derecho a consumir como derecho humano

6.1. Derechos Humanos

Generalmente aparece necesario delimitar los contornos del concepto de estos derechos y allí estriba una crisis importante. La mayoría de las definiciones aluden al carácter fundamental de los derechos humanos. Dice Martínez de Vallejo¹⁸⁴ analizando la explicación de Prieto Sanchis¹⁸⁵ que “la fundamentalidad es un atributo de los derechos humanos que nos da muestra del grado de resistencia de los mismos; no es una etiqueta absoluta que se tiene o no se tiene (pues no hay derechos ilimitados) ni un rasgo indeleble que unos derechos ostenten y otros no, sino un concepto relativo o gradual, que equivale a resistencia o fortaleza, por lo que se puede establecer una escala de fundamentalidad, y unos derechos serán más fundamentales que otros, es decir, el carácter fundamental de los derechos humanos se traduce jurídicamente en el concepto de resistencia o de especial fortaleza”. Examina asimismo la indicación de Prieto Sanchis respecto de que esa categoría de derechos importa siempre una obligación para el Estado. Esgrime una serie de interrogantes de gran utilidad para comprender las consecuencias que de tal argumentación se derivan. ¿Qué supone considerar a los derechos como obligaciones estatales? Y ¿qué consecuencias produce esta consideración? Dice Martínez de Vallejo que la primera cuestión tiene su respuesta en el nivel de resistencia de los derechos, pues el considerarlos como obligaciones estatales significa que se configuran como límites al poder, lo que supone, por una parte, situar a los derechos por encima de

¹⁸³ Ciuro Caldani, Miguel Ángel. La debilidad del consumidor, en Investigación y docencia, N° 28, FIJ. Rosario. Disponible en http://www.academiadederecho.org/upload/biblio/contenidos/ID_N_28__La_D_del_C_en_la_S_de_C__Miguel_A_Ciuro.pdf

¹⁸⁴ Martínez de Vallejo, Blanca. Reseña de Estudios sobre derechos fundamentales de Luis Pietro Sanchís. En Revista de estudios políticos. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2138312>

¹⁸⁵ Prieto Sanchis, Luis. Estudios sobre derechos fundamentales. Ed. Debate. 1990.

cualquier poder del Estado a través de la Constitución, y por otra, reconocer que no tienen su origen en el Estado y que su fuente originaria es el poder constituyente, cuyo titular es el pueblo. Pero esta caracterización de los derechos humanos requiere, por un lado, procedimientos constitucionales eficaces que la garanticen, y por otro, que los derechos fundamentales sean directamente vinculantes para todos los poderes del Estado. Añade que este planteamiento se traduce en tres importantes consecuencias prácticas, dando respuesta a la segunda pregunta:

a) Que los derechos fundamentales obligan a todos los poderes del Estado, y en particular al legislativo, por lo que la mediación que debe efectuar no se configura ni como necesaria ni como imprescindible para la efectiva vigencia de los mismos, y aunque pueda dificultar su ejercicio el que se trate de mandatos constitucionales que requieran expresamente un desarrollo legal en ningún caso pueda impedirlo.

b) Al atribuir también a los jueces esta aplicación directa de las normas relativas a derechos fundamentales se da entrada tanto al criterio cronológico, que afecta a las leyes anteriores a la Constitución, como al jerárquico, para las leyes posteriores, constituyéndose en criterios hermenéuticos preferentes favorables para la efectividad de los derechos.

c) Que, en todo caso, el ciudadano pueda obtener la tutela judicial de sus derechos no sólo cuando se haya vulnerado su contenido esencial, sino también cuando éstos no hayan obtenido desarrollo legal (para los que lo requieran).

Entonces cabe concluir que los derechos humanos son el conjunto de prerrogativas fundados en la dignidad misma del ser humano, con independencia de cualquier adscripción de nacionalidad, etnia, género, edad, opinión política o religión. Su existencia precede al estado y su construcción jurídico-formal es fruto de una cadena de esfuerzos que comenzaron en el año 1948, a partir de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Ésta se elaboró tras el fin de la Segunda Guerra mundial. La Shoah, el drama de los refugiados, el desplazamiento de poblaciones enteras, y todas las secuencias de horrores contra las personas desplegadas en esa conflagración bélica, llevaron a la convicción de que era urgente y necesario establecer un marco normativo mínimo e inderogable, de carácter universal, de protección y respeto de los seres humanos. Luego se crearon Pactos y Protocolos que completan el arco protectorio de los derechos humanos, con ciertas notas típicas que reflejan

su naturaleza e importancia. Así, a continuación se explicitan las características y los principios rectores en materia de derechos humanos¹⁸⁶:

Los derechos humanos son *inalienables*: No deben suprimirse, salvo en determinadas situaciones y según las debidas garantías procesales.

Los derechos humanos son *iguales y no discriminatorios*: La no discriminación es un principio transversal en el derecho internacional de derechos humanos. Está presente en todos los principales tratados de derechos humanos y constituye el tema central de algunas convenciones internacionales como la Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial y la Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer. El principio se aplica a toda persona en relación con todos los derechos humanos y las libertades, y prohíbe la discriminación sobre la base de una lista no exhaustiva de categorías tales como sexo, raza, color, y así sucesivamente. El principio de la no discriminación se complementa con el principio de igualdad, como lo estipula el artículo 1 de la Declaración Universal de Derechos Humanos: “Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos”.

Los derechos humanos *incluyen tanto derechos como obligaciones*: Los Estados asumen las obligaciones y los deberes, en virtud del derecho internacional, de respetar, proteger y realizar los derechos humanos. La obligación de respetarlos significa que los Estados deben abstenerse de interferir en el disfrute de los derechos humanos, o de limitarlos. La obligación de protegerlos exige que los Estados impidan los abusos de los derechos humanos contra individuos y grupos. La obligación de realizarlos significa que los Estados deben adoptar medidas positivas para facilitar el disfrute de los derechos humanos básicos.

La aplicación de los derechos humanos a la que se encuentran obligadas todas las autoridades se rige por los principios de universalidad, interdependencia, indivisibilidad y progresividad.

El principio de la *universalidad*: Todas las personas son titulares de todos los derechos humanos. Dicho principio se encuentra estrechamente relacionado a la igualdad y no discriminación. No obstante, para lograr la igualdad real se debe atender a las circunstancias o necesidades específicas de las personas.

Principio de *Interdependencia*: Consiste en que cada uno de los derechos humanos se encuentran ligados unos a otros, de tal manera que el reconocimiento de uno de ellos, así

¹⁸⁶ Conforme información disponible en <https://www.ohchr.org/es/what-are-human-rights>

como su ejercicio, implica necesariamente que se respeten y protejan múltiples derechos que se encuentran vinculados.

Principio de *Indivisibilidad*: Implica que los derechos humanos no pueden ser fragmentados sea cual fuere su naturaleza. Cada uno de ellos conforma una totalidad, de tal forma que se deben reconocer, proteger y garantizar de forma integral por todas las autoridades.

Principio de interdependencia e indivisibilidad: Todos los derechos humanos son indivisibles, interrelacionados e interdependientes. El avance de uno facilita el avance de los demás. De la misma manera, la privación de un derecho afecta negativamente a los demás.

Principio de *Progresividad*: Constituye una obligación del Estado para asegurar el progreso en el desarrollo constructivo de los derechos humanos, al mismo tiempo, implica una prohibición para el Estado respecto a cualquier retroceso de los derechos. El Estado debe proveer las condiciones óptimas de disfrute de los derechos y no disminuir ese nivel logrado.

6.2. La sociedad de consumo

Sostiene Carrasco Rosa¹⁸⁷ que “La llamada sociedad de consumo, tal y como la conocemos, aparece como resultado de los procesos de producción en masa de bienes, mostrando de esta manera que es más fácil fabricar dichos bienes que venderlos. Esto genera entonces que el esfuerzo empresarial busque otras herramientas que le ayuden a alcanzar aquellos montos de ingresos que se habrían puesto como meta, dando paso a la comercialización, el marketing y la publicidad, entre otros”.

Como explica magistralmente Alegre Matheus¹⁸⁸, la sociedad de consumo es el producto de una forma de concebir la producción con economías de escala y maximización de la riqueza, a través de la expansión de la demanda. Dice esta autora que "luego de la posguerra surge un fuerte crecimiento económico en los países de Europa Central, impulsan principalmente por el modelo de crecimiento de la posguerra o modelo fordista. Entre las bases de este modelo resaltan: un sistema de producción basado esencialmente en la gran

¹⁸⁷ Carrasco Rosa, Ana. La Sociedad de consumo, origen y características. Contribuciones a la economía: Revista académica online. 2007.

¹⁸⁸ Alegre Matheus, Adriana. Consumo y Producción responsables para alcanzar estilos de vida sostenibles. Aplicación del Programa para estilos de vida sostenibles y educación del Marco Decenal de Programas de Consumo y Producción Sostenibles en Asia y el Pacífico. Memoria del Master en Estudios Internacionales Curso 2015-2016. Trabajo dirigido por Roser Puig. Universitat de Barcelona.

empresa industrial, las economías de escala internas a la empresa, la organización taylorista del trabajo y la concentración de las actividades en torno a grandes ciudades núcleos urbanos; por otro lado, una política económica de corte keynesiana, orientada a la expansión incesante de la demanda agregada¹⁸⁹”. Y agrega que “El Taylorismo constituía un método de organización industrial cuya finalidad era aumentar los niveles de productividad por medio de un sistema de organización racional del trabajo. Se separaban organizadamente las tareas a través de secuencias y se asignaban determinados tiempos de ejecución, procurando de esta manera que se cometieran menos errores y se simplificara la labor de los trabajadores. Esto generó considerables aumentos en la productividad. Sin embargo, pronto aparecerían los problemas asociados a esta nueva forma de trabajo, el ritmo de fabricación se aceleró demasiado, sobrepasando el ritmo de consumo. Las personas tardaban más en ir comprar los productos de lo que éstos tardaban en ser elaborados, provocando que los almacenes estuvieran llenos de productos, generando gastos adicionales a los empresarios”. El costo por stockearse, siendo ésta la acción de acumular en almacenaje unidades listas para la venta, sería absorbido por los destinatarios de los bienes elevando el precio y eso no resultaba apetecible para los productores, puesto que importaría un acotamiento en el mercado a tenor de una restricción presupuestaria para la incipiente demanda. Garzón explica que Henry Ford, fundador de la compañía Ford Motor Company, aplicó lo que para él era la mejor solución, aumentar los salarios de sus propios trabajadores para que tuvieran más dinero y pudieran comprar los productos que ellos mismos fabricaban. Así nace el Fordismo, una combinación de los métodos tayloristas con sueldos elevados, permitiendo a los obreros ser parte del consumo de masas, dándole rotación a aquellos productos que habían permanecido almacenados¹⁹⁰. El objetivo fue ampliar la base de la demanda en el entendimiento de que ésta no tenía límites y podría eventualmente absorber las permanentes escaladas de la oferta. Ello fue claramente una ficción que importó desequilibrios en la sustentabilidad del consumo, como se explicitara anteriormente.

Tal vez, el pensamiento de Víctor Lebow, analista de mercados y consejero del presidente de Estados Unidos, Eisenhower, sea la mejor manera de comprender esa dinámica

¹⁸⁹ Organización Internacional del Trabajo (OIT). Desarrollo Económico Local y Empleo: material para promotores. Módulo 1 del material de enseñanza. 2008. Disponible en http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---led/documents/instructionalmaterial/wcms_112309.pdf.

¹⁹⁰ Garzón, Eduardo. El Taylorismo y el Fordismo. 2013. Disponible en <http://eduardogarzon.net/el-taylorismo-y-el-fordismo/>

constructora de la sociedad de consumo. Dijo Levow “Nuestra economía, enormemente productiva, exige que nosotros hagamos del consumo nuestro estilo de vida, que convirtamos el comprar y el utilizar bienes en rituales, que busquemos nuestra satisfacción espiritual, la satisfacción del ego, en el consumo. La medida de estatus social, de aceptación social, de prestigio, debe ahora ser encontrada en nuestro modelo de consumo. El significado mismo e importancia de nuestras vidas debe hoy ser expresada en términos de consumo. [...] Necesitamos que se consuman cosas, se quemem, se sustituyan, y se tiren, todo ello a un ritmo cada vez más rápido”.

El paso del tiempo importó cambios profundos hacia el toyotismo y su filosofía de vida y producción. Para este modelo, la clave está en la eficiencia y en evitar la acumulación de stock. De ello se sigue, que se producirá un impacto en la forma de trabajar y de organizar la vida en sociedad. Aporta Wortman¹⁹¹ que a diferencia del hombre burgués- fordista en el cual el tiempo en su vida se dividía en tiempo de trabajo y tiempo de ocio, siendo el trabajador argentino un prototipo del trabajador con derechos sociales adquiridos y protegidos tanto por el Estado como por las corporaciones sindicales, el trabajador posfordista, toyotista debe estar disponible just in time a la demanda del mercado. Las vacaciones son móviles, el trabajo es móvil, la indemnización es móvil. El valor individualismo es absoluto para sostener la reproducción del capital pero sobre la idea de que el trabajador es un actor individual se opaca toda idea de relaciones sociales que sostiene a los procesos productivos: nuevos estilos de vida se han legitimado a partir de la demanda de un nuevo tipo humano del toyotismo. Vale aclarar el enfoque que Wortman asume respecto del trabajador, a partir de una mirada marxista en los términos de la relación capital-trabajo. No se refiere sólo de clase obrera, sino a un amplio abanico que va desde la clase obrera, pasando por trabajadores asalariados no manuales, profesionales, etc. Es decir, la clase que vive del trabajo.

Dice Bauman¹⁹², al explicar la naturaleza de la sociedad de consumo, que en ésta, la dualidad sujeto-objeto suele quedar subsumida en la de consumidor y mercancía. Sostiene que en las relaciones humanas, la soberanía del sujeto es reconfigurada y presentada como soberanía del consumidor, mientras que la resistencia del objeto, resultado de su rudimentaria, incompleta y reprimida experiencia soberana, se presenta como la prueba de un producto fallido, inútil o defectuoso, configurándose en la mala elección de consumo por parte del

¹⁹¹ Wortman, Ana. Subjetividad y sociedad de consumo en la Argentina de los noventa. El impacto del toyotismo. Revista electrónica de estudios latinoamericanos. 2002. Disponible en https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/elatina/article/view/2701/pdf_62

¹⁹² Bauman, Zygmunt. Ob. Cit. Ut Supra.

consumidor. Para este autor, el consumismo que impulsa el mercado tiene una receta para sortear ese tipo de inconvenientes que consiste en cambiar el producto fallado o simplemente imperfecto por uno nuevo y mejorado. Esta receta reproduce una estratagema a la que los consumidores avezados recurren automáticamente y sin pensarlo, un hábito, aprendido e interiorizado, y es que en el mercado de la oferta y la demanda, la necesidad de reemplazar lo "anticuado", lo que no satisface o simplemente no se quiere más, ya está prevista en el diseño de los productos en cuestión y en las campañas publicitarias, pensadas para crecientes volúmenes de ventas. La corta vida útil de un producto forma parte de la estrategia de marketing y del cálculo de ganancias, y suele estar predeterminada, prescrita y asimilada en las prácticas de los consumidores, que propugnan la apoteosis de lo nuevo (lo de hoy) y la denostación de lo viejo (lo de ayer). Vemos en esta línea de pensamiento el ya aludido paradigma de la obsolescencia programada y sus consecuencias para el propio consumidor y su reflejo para la sociedad toda.

Esta sociedad está signada por el mentado consumismo, que como explicita Slater¹⁹³, combina deseos insaciables con la urgencia de "buscar siempre satisfacerlos con productos. Las necesidades nuevas necesitan productos nuevos. Los productos nuevos necesitan nuevos deseos y necesidades. La inestabilidad de los deseos, la insaciabilidad de las necesidades, y la resultante tendencia al consumismo instantáneo conforman un circuito que acelera la actividad de consumo y priva o al menos perturba la posibilidad de los consumidores de comprender sus consecuencias y gestionar sus actos razonadamente, instalando la decisión en el ámbito cercano a la pulsión. Ello se explica porque los argumentos de la sociedad de consumo se basan en la promesa de satisfacer los deseos humanos. Esa promesa sólo conserva su poder de seducción siempre y cuando esos deseos permanezcan insatisfechos. Es decir, siempre y cuando el consumidor no esté "completamente satisfecho", mientras éste llegue a sentir que los deseos que motivaron y pusieron en marcha su búsqueda de gratificación e impulsaron su experimento consumista no han sido verdadera y plenamente satisfechos. Si la sociedad de consumo subsiste y florece mientras logra la insatisfacción perpetua de sus miembros, debe contar con mecanismos que le aseguren ese resultado. Un medio explícito para conseguir ese efecto consiste en denigrar o devaluar los artículos de consumo ni bien han sido lanzados al universo de los deseos consumistas. Pero, para Bauman, existe otro método más eficaz aún que es difícil de detectar y tiene una naturaleza larvaria. Se trata de satisfacer cada necesidad/deseo/apetito de modo tal que sólo puedan dar a luz nuevas

¹⁹³ Slater, Don. *Consumer Culture And Modernity*. Polity Press. 1999.

necesidades/deseos/apetitos. Lo que comienza como un esfuerzo por cubrir una necesidad debe conducir a la compulsión o la adicción.

Como explica Iñaki Ortega¹⁹⁴, Bauman acuñó el término de mundo líquido para definir el estado fluido y volátil de la actual sociedad, sin valores demasiado sólidos, en la que la incertidumbre por la vertiginosa rapidez de los cambios ha debilitado los vínculos humanos. El mundo está inmerso en lo que se ha venido a llamar la cuarta revolución industrial y en una disrupción tecnológica que junto con indudables avances también está produciendo intensos desafíos de todo tipo: sociales, económicos y, por supuesto, personales. El Dr. Ortega incluso alude al acrónimo VUCA (del inglés volatility, uncertainty, complexity, ambiguity), que recoge las notas típicas del mundo líquido del sociólogo y que se utilizan para analizar y comprender los fenómenos de la actual sociedad de consumo. En ese mundo líquido, la lentitud es sinónimo de exclusión. “Como todos progresan, quien no avanza queda inevitablemente separado de los otros por una brecha que se ensancha”¹⁹⁵.

Para la cultura consumista, los individuos cuyas necesidades son finitas, que solo se procuran lo que creen que necesitan y no buscan nuevas necesidades que podrían despertar en ellos un placentero anhelo de satisfacción, son consumidores fallados, vale decir, la clase de descastado social típico de la sociedad de consumidores. La amenaza de ostracismo y el miedo a la exclusión también se ciernen sobre aquellos que están satisfechos con la identidad que poseen y que se conforman con aquello que "los otros que importan" piensan que ellos son. De tal suerte, la cultura consumista se caracteriza por la presión constante de ser alguien más, y ello no admite reservas ni exclusiones de ninguna especie, mucho menos por edad. Ello conlleva la innegable realidad de la cual participan nuestros adultos mayores, que se suben a la permanente puja por pertenecer y permanecer entre la categoría de consumidores siempre activos en la escalada hacia una nueva frontera de posibilidades de deseos cumplidos que a su vez engendren nuevos deseos traducidos en necesidades. Esto puede concluir en un choque cultural que enerve los modos de entender la vida y el cariz de las necesidades y la forma de merituar los bienes y servicios, propiciando resistencias y restricciones de diversa índole que frustren la posibilidad real del anciano de acceder a la satisfacción del consumo.

¹⁹⁴ Ortega, Iñaki. El mundo líquido de Bauman. CincoDías. El País. Sección Economía. Tribuna. Publicado el 11-07-2017. Disponible en https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/01/11/economia/1484157123_140932.html

¹⁹⁵ de Gaulejac, Vincent. Le sujet manqué L'individu face aux contradictions de l'hypermodernité. L'individu hypermoderne Sous la direction de Nicole Aubert. Editions Erès. 2004.

Para Bell¹⁹⁶, la condena moral hacia el consumismo no es exclusiva de ninguna tendencia política en particular, sino de una crítica tradicional bastante superficial que identifica la aparición de la ideología hedonista e individualista del capitalismo de consumo, con el advenimiento del nihilismo por la pérdida de una ética trascendental. Por su parte, Romani¹⁹⁷ refiere a Lechner¹⁹⁸ para comprender la figura del consumidor en el marco de la sociedad de consumo, caracterizándolo como un individuo autónomo e independiente, liberado de toda influencia comunitaria. Sostiene que la devaluación de las prácticas colectivas, la flexibilización de los lazos sociales y el predominio de los valores hedonistas muestran la otra cara de un proceso de individualización, que permite multiplicar las opciones disponibles, al tiempo que sustrae de la felicidad toda referencia compartida. Para Romani, el crecimiento del mundo material es directamente proporcional al vaciamiento de las relaciones sociales. El Hedonismo y el Narcisismo funcionan como pilares de la nueva cultura del capitalismo que ha logrado fusionar la ética del placer con la retirada del individuo del espacio público hasta erigirse en el único objeto de amor.

Rescatemos en este punto, el pensamiento de Günther Anders¹⁹⁹, que describe claramente el estado de situación actual: "Parece justo decir que nada nos define más a los humanos del presente que nuestra incapacidad de estar mentalmente "actualizados" respecto del progreso de nuestros productos, vale decir, nuestra incapacidad de controlar el ritmo de nuestra creación y de recuperar en el futuro (que nosotros llamamos "presente") los instrumentos que se han apoderado de nosotros [...]. No es inimaginable que nosotros, fabricantes de esos productos, estemos a punto de crear un mundo al cual no seremos capaces de seguirle el paso y que excederá completamente nuestra capacidad de "comprensión", nuestra imaginación y nuestra resistencia emocional, y que a la vez trascenderá los límites de nuestra responsabilidad".

¹⁹⁶ Bell, Daniel. *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Ed. Alianza. 1996.

¹⁹⁷ Romani, Matías. *Crímenes Perfectos. Una antología de la sociedad de consumo*. VI Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata. 2010. Disponible en <https://www.aacademica.org/000-027/732>

¹⁹⁸ Lechner, Norbert. *Los desafíos políticos del cambio cultural*. Santiago de Chile: PNUD-Chile. 2002. Disponible en http://bibliorepo.umce.cl/revista_educacion/2004/314/39_51.pdf

¹⁹⁹ Anders, Gunther. *Die Antiquiertheit des Menschen*. Cita a partir de la traducción francesa *L'Obsolescence de l'homme. L'Obsolescence de l'homme. Sur l'âme à l'époque de la deuxième révolution industrielle*. París, Éditions Inrea. 2001.

6.3. El Consumo en los tratados internacionales

En primer lugar debemos aclarar que ninguno de los Tratados Internacionales con jerarquía constitucional, incorporan de forma expresa el derecho del consumidor, sin embargo y como se fundamentará luego, ello no significa que los consumidores no gocen de la protección del derecho internacional de los derechos humanos en el marco de las relaciones de consumo de las cuales sean parte.

Explica Torres Buteler²⁰⁰ que "El hecho que los tratados no hagan una mención explícita a un sector diferenciado de la sociedad que por su particular situación de inferioridad debe gozar de una tutela especial, obedece a distintas circunstancias. En primer lugar, a la fecha de celebración de los tratados la recepción del derecho del consumo no había alcanzado el vigor que podemos apreciar hoy. Fue recién a partir de la década del 80 cuando comienza a esbozarse en el Derecho Internacional Público una corriente tendiente a contemplar los derechos de los consumidores de manera expresa". Recordemos que como se explicitara anteriormente en 1985 la Asamblea General de la ONU mediante Resolución 39/248 emitió Las Directrices de las Naciones Unidas, que luego fueron ampliadas en 1999. Estas constituyen postulados de los cuales la legislación interna no puede apartarse. En cuanto al MERCOSUR, el 22 de diciembre de 1996 hubo un intento normativo integrador cuando se firmó en Santa María, Brasil, el Protocolo sobre Jurisdicción Internacional en materia de relaciones de consumo, el cual fue aprobado por Decisión CMC 10/96, pero, lamentablemente, este protocolo contiene una cláusula que obstaculizó su entrada en vigencia, ya que su artículo 18 dispone que no se tramitará su aprobación hasta que no sea aprobado el "Reglamento Común del MERCOSUR para la Defensa del Consumidor", el cual no se ha dictado hasta el presente.

Agrega Torres Buteler que en segundo lugar, hay que recordar que los tratados sólo establecen un estándar mínimo de derechos que de ninguna manera niega a aquellos que no estén explícitamente contemplados. A fin de ilustrar el punto, menciona el artículo 29 del Pacto de San José de Costa Rica²⁰¹, el artículo 5 del Pacto Internacional de Derechos

²⁰⁰ Torres Buteler, Eduardo. La protección del consumidor a la luz de los tratados internacionales de derechos humanos. Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Católica de Córdoba. 2010. Disponible en <http://revistas.bibdigital.uccor.edu.ar/index.php/RFD/article/view/1190/1276>

²⁰¹ Pacto de San José de Costa Rica. Artículo 29. Normas de Interpretación. Ninguna disposición de la presente Convención puede ser interpretada en el sentido de:
a) permitir a alguno de los Estados Partes, grupo o persona, suprimir el goce y ejercicio de los derechos y libertades reconocidos en la Convención o limitarlos en mayor medida que la prevista en ella;

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

Económicos, Sociales y Culturales, el artículo 5 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos²⁰², el artículo 23 de la Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer²⁰³, el artículo 1 de la Convención contra la Tortura y otros Tratos o Penas Cruelles, Inhumanos o Degradantes²⁰⁴ y el artículo 41 de la Convención sobre los Derechos del Niño²⁰⁵. Entiende este autor, que los convenios internacionales de jerarquía constitucional contribuyen notablemente en la tutela de los consumidores toda vez que reconocen una serie de derechos aplicables a toda la sociedad, y por ende también a los consumidores como una parte integrante de ella. Afirma que no es que no existan disposiciones internacionales concordantes con lo dispuesto por el artículo 42 de la

-
- b) limitar el goce y ejercicio de cualquier derecho o libertad que pueda estar reconocido de acuerdo con las leyes de cualquiera de los Estados Partes o de acuerdo con otra convención en que sea parte uno de dichos Estados;
 - c) excluir otros derechos y garantías que son inherentes al ser humano o que se derivan de la forma democrática representativa de gobierno, y
 - d) excluir o limitar el efecto que puedan producir la Declaración Americana de Derechos y Deberes del Hombre y otros actos internacionales de la misma naturaleza.

²⁰² Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales y Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. Artículo 5:

1. Ninguna disposición del presente pacto podrá ser interpretada en el sentido de reconocer derecho alguno a un Estado, grupo o individuo para emprender actividades o realizar actos encaminados a la destrucción de cualquiera de los derechos liberales reconocidos en el pacto o a su limitación en medida mayor que la prevista en él.
2. No podrá admitirse restricción o menoscabo de ninguno de los derechos humanos fundamentales reconocidos o vigentes en un país en virtud de leyes, convenciones, reglamentos o costumbres, a pretexto de que el presente Pacto no los reconoce o los reconoce en menor grado.

²⁰³ Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer. Artículo 23:

Nada de lo dispuesto en la presente Convención afectará a disposición alguna que sea más conducente al logro de la igualdad entre hombres y mujeres y que pueda formar parte de:

- a) La legislación de un Estado parte, o
- b) Cualquier otra convención, tratado o acuerdo internacional vigente en ese Estado.

²⁰⁴ Convención contra la Tortura y otros Tratos o Penas Cruelles, Inhumanos o Degradantes. Artículo 1:

1. A los efectos de la presente convención, se entenderá por el término "tortura" todo acto por el cual se inflijan intencionadamente a una persona dolores o sufrimientos graves, ya sean físicos o mentales, con el fin de obtener de ella o de un tercero información o una confesión, de castigarla por un acto que haya cometido, o se sospeche que ha cometido, o de intimidar o coaccionar a esa persona o a otras, o por cualquier razón basada en cualquier tipo de discriminación, cuando dichos dolores o sufrimientos sean infligidos por un funcionario público u otra persona en el ejercicio de funciones públicas, a instigación suya, o con su consentimiento o aquiescencia. No se considerarán torturas los dolores o sufrimientos que sean consecuencia únicamente de sanciones legítimas, o que sean inherentes o incidentales a éstas.
2. El presente artículo se entenderá sin perjuicio de cualquier instrumento internacional o legislación nacional que contenga o pueda contener disposiciones de mayor alcance.

²⁰⁵ Convención sobre los Derechos del Niño. Artículo 41:

Nada de lo dispuesto en la presente Convención afectará a las disposiciones que sean más conducentes a la realización de los derechos del niño y que puedan estar recogidas en:

- a) El derecho de un Estado Parte; o
- b) El derecho internacional vigente con respecto a dicho Estado.

Constitución Nacional sino que, por el contrario, todo el sistema de los derechos humanos contribuye a tornar efectiva los contenidos de dicha norma.

No caben dudas entonces respecto de la ingente influencia del derecho internacional de los derechos humanos sobre el derecho del consumo interno. Esto se refleja ya sea ampliando y explicitando derechos concretos de los consumidores; determinando nuevos criterios de interpretación; o generando organismos judiciales de protección adicionales a los de cada Estado.

Respecto de la ampliación de ciertos derechos concretos de los consumidores y usuarios, Torres Buteler explica que a tenor de la complementariedad de los tratados con jerarquía, dispuesta en el artículo 75 inciso 22 de Carta Magna, en materia de derecho del consumo, debemos analizar cada uno de los derechos enunciados expresamente en el artículo 42 de esa norma según el alcance y la amplitud que los Tratados Internacionales le brindan a los mismos. Propone entonces que los aspectos concernientes a la salud de los consumidores, el acceso a la información, el derecho a un trato equitativo y digno, la educación para el consumo, la tutela judicial efectiva etc., se encuentran complementados por las disposiciones de los convenios internacionales de jerarquía constitucional. Así, el autor, enumera algunos de los derechos concretos enunciados por el artículo 42 de la Constitución Nacional y los relaciona con las normas de los tratados de derechos humanos que los complementan: Trato equitativo y digno: artículo 1 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos²⁰⁶; Protección de la salud: artículo 3 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos²⁰⁷, artículo 1 y 11 de la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre²⁰⁸, artículo 5 del Pacto de San José de Costa Rica²⁰⁹ y artículo 12 del Pacto Internacional de

²⁰⁶ Declaración Universal de los Derechos Humanos. Artículo 1: Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros.

²⁰⁷ Declaración Universal de los Derechos Humanos. Artículo 3: Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona.

²⁰⁸ Declaración Americana de los Derechos y Deberes del hombre.
Artículo 1: Todo ser humano tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona.
Artículo 11: Toda persona tiene derecho a que su salud sea preservada por medidas sanitarias y sociales, relativas a la alimentación, el vestido, la vivienda y la asistencia médica, correspondientes al nivel que permitan los recursos públicos y los de la comunidad.

²⁰⁹ Pacto de San José de Costa Rica. Artículo 5: Derecho a la Integridad Personal.
1. Toda persona tiene derecho a que se respete su integridad física, psíquica y moral.
2. Nadie debe ser sometido a torturas ni a penas o tratos crueles, inhumanos o degradantes. Toda persona privada de libertad será tratada con el respeto debido a la dignidad inherente al ser humano.
3. La pena no puede trascender de la persona del delincuente.

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

Derechos Económicos, Sociales y Culturales²¹⁰; La educación para el consumo: artículo 26 de la Declaración Universal de Los Derechos Humanos²¹¹, artículo 12 de la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre²¹², artículo 13 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales²¹³; Constitución de asociaciones de

4. Los procesados deben estar separados de los condenados salvo en circunstancias excepcionales y serán sometidos a un tratamiento adecuado a su condición de personas no condenadas.

5. Cuando los menores pueden ser procesados, deben ser separados de los adultos y llevados ante tribunales especializados, con la mayor celeridad posible, para su tratamiento.

6. Las penas privativas de la libertad tendrán como finalidad esencial la reforma y la readaptación social de los condenados.

²¹⁰ Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Artículo 12:

1. Los Estados Partes en el presente pacto reconocen el derecho de toda persona al disfrute del más alto nivel posible de salud física y mental.

2. Entre las medidas que deberán adoptar los Estados Partes en el pacto a fin de asegurar la plena efectividad de este derecho, figurarán las necesarias para:

a) La reducción de la mortalidad y de la mortalidad infantil, y el sano desarrollo de los niños;

b) El mejoramiento en todos sus aspectos de la higiene del trabajo y el medio ambiente;

c) La prevención y el tratamiento de las enfermedades epidémicas, endémicas, profesionales y de otra índole, y la lucha contra ellas;

d) La creación de condiciones que aseguren a todos asistencia médica y servicios médicos en caso de enfermedad.

²¹¹ Declaración Universal de Los Derechos Humanos. Artículo 26:

1. Toda persona tiene derecho a la educación. La educación debe ser gratuita, al menos en lo concerniente a la instrucción elemental y fundamental. La instrucción elemental será obligatoria. La instrucción técnica y profesional habrá de ser generalizada, el acceso a los estudios superiores será igual para todos, en función de los méritos respectivos.

2. La educación tendrá por objeto el pleno desarrollo de la personalidad humana y el fortalecimiento del respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales; favorecerá la comprensión, la tolerancia y la amistad entre todas las naciones y todos los grupos étnicos o religiosos, y promoverá el desarrollo de las actividades de las Naciones Unidas para el mantenimiento de la paz.

3. Los padres tendrán derecho preferente a escoger el tipo de educación que habrá de darse a sus hijos.

²¹² Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre. Artículo 12: Toda persona tiene derecho a la educación, la que debe estar inspirada en los principios de libertad, moralidad y solidaridad humana.

Asimismo tiene el derecho de que, mediante esta educación, se le capacite para lograr una digna subsistencia, en mejoramiento del nivel de vida y para ser útil a la sociedad.

El derecho a la educación comprende el de igualdad de oportunidades en todos los casos, de acuerdo con las dotes naturales, los méritos y el deseo de aprovechar los recursos que puedan proporcionar la comunidad y el Estado.

Toda persona tiene derecho a recibir gratuitamente la educación primaria, por lo menos.

²¹³ Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Artículo 13:

1. Los Estados Partes en el presente pacto reconocen el derecho de toda persona a la educación. Conviene en que la educación debe orientarse hacia el pleno desarrollo de la personalidad humana y del sentido de su dignidad y debe fortalecer el respeto por los derechos humanos y las libertades fundamentales. Conviene asimismo en que la educación debe capacitar a todas las personas para participar efectivamente en una sociedad libre, favorecer la comprensión, la tolerancia y la amistad entre todas las Naciones y entre todos los grupos raciales, étnicos o religiosos, y promover las actividades de las Naciones Unidas en pro del mantenimiento de la paz.

2. Los Estados Partes en el presente pacto reconocen que, con objeto de lograr el pleno ejercicio de este derecho:

a) La enseñanza primaria debe ser obligatoria y asequible a todos gratuitamente;

b) La enseñanza secundaria en sus diferentes formas, incluso la enseñanza secundaria técnica y profesional, debe ser generalizada y hacerse accesible a todos por cuantos medios sean apropiados y, en particular, por la implantación progresiva de la enseñanza gratuita;

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

consumidores y usuarios: artículo 22 de la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre²¹⁴, artículo 16 del Pacto de San José de Costa Rica²¹⁵, artículo 22 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos²¹⁶; Tutela Judicial Efectiva: artículo 8 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos²¹⁷, artículo 18 de la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre²¹⁸, artículo 8 y 25 del Pacto de San José de Costa Rica²¹⁹, artículo 14 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos²²⁰.

c) La enseñanza superior debe hacerse igualmente accesible a todos, sobre la base de la capacidad de cada uno, por cuantos medios sean apropiados, y en particular, por la implantación progresiva de la enseñanza gratuita;

d) Debe fomentarse o intensificarse, en la medida de lo posible, la educación fundamental para aquellas personas que no hayan recibido o terminado el ciclo completo de instrucción primaria;

e) Se debe proseguir activamente el desarrollo del sistema escolar en todos los ciclos de la enseñanza, implantar un sistema adecuado de becas, y mejorar continuamente las condiciones materiales del cuerpo docente.

3. Los Estados Partes en el presente pacto se comprometen a respetar la libertad de los padres, y en su caso de los tutores legales, de escoger para sus hijos o pupilos escuelas distintas de las creadas por las autoridades públicas, siempre que aquéllas satisfagan las normas mínimas que el Estado prescriba o apruebe en materia de enseñanza, y de hacer que sus hijos o pupilos reciban la educación religiosa o moral que esté de acuerdo con sus propias convicciones.

4. Nada de lo dispuesto en este artículo se interpretará como una restricción de la libertad de los particulares y entidades para establecer y dirigir instrucciones de enseñanza, a condición de que se respeten los principios enunciados en el párrafo 1 y de que la educación dada en esas instituciones se ajuste a las normas mínimas que prescriba el Estado.

²¹⁴ Declaración Americana de los Derechos y Deberes del hombre. Artículo 22: Toda persona tiene el derecho de asociarse con otras para promover, ejercer y proteger sus intereses legítimos de orden político, económico, religioso, social, cultural, profesional, sindical o de cualquier otro orden.

²¹⁵ Pacto de San José de Costa Rica. Artículo 16: Libertad de Asociación.

1. Todas las personas tienen derecho a asociarse libremente con fines ideológicos, religiosos, políticos, económicos, laborales, sociales, culturales, deportivos o de cualquiera otra índole.

2. El ejercicio de tal derecho sólo puede estar sujeto a las restricciones previstas por la ley que sean necesarias en una sociedad democrática, en interés de la seguridad nacional, de la seguridad o del orden públicos, o para proteger la salud o la moral públicas o los derechos y libertades de los demás.

3. Lo dispuesto en este artículo no impide la imposición de restricciones legales, y aun la privación del ejercicio del derecho de asociación, a los miembros de las fuerzas armadas y de la policía.

²¹⁶ Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. Artículo 22:

1. Toda persona tiene derecho a asociarse libremente con otras, incluso el derecho a fundar sindicatos y afiliarse a ellos para la protección de sus intereses.

2. El ejercicio de tal derecho sólo podrá estar sujeto a las restricciones previstas por la ley que sean necesarias en una sociedad democrática, en interés de la seguridad nacional, de la seguridad pública o del orden público, o para proteger la salud o la moral públicas o los derechos y libertades de los demás. El presente artículo no impedirá la imposición de restricciones legales al ejercicio de tal derecho cuando se trate de miembros de las fuerzas armadas y de la policía.

3. Ninguna disposición de este artículo autoriza a los Estados Partes en el convenio de la Organización Internacional del Trabajo de 1948 relativo a la libertad sindical y a la protección del derecho de sindicación a adoptar medidas legislativas que pueden menoscabar las garantías previstas en él ni a aplicar la ley de tal manera que pueda menoscabar esas garantías.

²¹⁷ Declaración Universal de los Derechos Humanos. Artículo 8: Toda persona tiene derecho a un recurso efectivo, ante los tribunales nacionales competentes, que la ampare contra actos que violen sus derechos fundamentales reconocidos por la Constitución o por la ley.

²¹⁸ Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre. Artículo 18: Toda persona puede concurrir a los tribunales para hacer valer sus derechos. Asimismo debe disponer de un procedimiento sencillo y breve por

el cual la justicia la ampare contra actos de la autoridad que violen, en perjuicio suyo, alguno de los derechos fundamentales consagrados constitucionalmente.

²¹⁹ Pacto de San José de Costa Rica.

Artículo 8: Garantías Judiciales.

1. Toda persona tiene derecho a ser oída, con las debidas garantías y dentro de un plazo razonable por un juez o tribunal competente, independiente e imparcial, establecido con anterioridad por la ley, en la sustanciación de cualquier acusación penal formulada contra ella o para la determinación de sus derechos y obligaciones de orden civil, laboral, fiscal o de cualquier otro carácter.
2. Toda persona inculpada de delito tiene derecho a que se presuma su inocencia mientras no se establezca legalmente su culpabilidad. Durante el proceso, toda persona tiene derecho, en plena igualdad, a las siguientes garantías mínimas:
 - a) derecho del inculcado de ser asistido gratuitamente por el traductor o intérprete si no comprende o no habla el idioma del juzgado o tribunal;
 - b) comunicación previa y detallada al inculcado de la acusación formulada;
 - c) concesión al inculcado del tiempo y de los medios adecuados para la preparación de su defensa;
 - d) derecho del inculcado de defenderse personalmente o de ser asistido por un defensor de su elección y de comunicarse libre y privadamente con su defensor;
 - e) derecho irrenunciable de ser asistido por un defensor proporcionado por el Estado, remunerado o no según la legislación interna si el inculcado no se defendiere por sí mismo ni nombrase defensor dentro del plazo establecido por la ley;
 - f) derecho de la defensa de interrogar a los testigos presentes en el tribunal y de obtener la comparecencia, como testigos o peritos de todas personas que puedan arrojar luz sobre los hechos;
 - g) derecho a no ser obligado a declarar contra sí mismo ni a declararse culpable, y
 - h) derecho de recurrir del fallo ante juez o tribunal superior.
3. a confesión del inculcado solamente es válida si es hecha sin coacción de ninguna naturaleza.
4. El inculcado absuelto por una sentencia firme no podrá ser sometido a nuevo juicio por los mismos hechos.
5. El proceso penal ser público salvo en lo que sea necesario para preservar los intereses de la justicia.

Artículo 25: Protección Judicial.

1. Toda persona tiene derecho a un recurso sencillo y rápido o a cualquier otro recurso efectivo ante los jueces o tribunales competentes, que la ampare contra actos que violen sus derechos fundamentales reconocidos por la Constitución, la ley o la presente Convención, aun cuando tal violación sea cometida por personas que actúen en ejercicio de sus funciones oficiales.
2. Los Estados Partes se comprometen:
 - a) a garantizar que la autoridad competente prevista por el sistema legal del Estado decidirá sobre los derechos de toda persona que interponga el recurso;
 - b) a desarrollar las posibilidades de recurso judicial, y
 - c) a garantizar el cumplimiento, por las autoridades competentes, de toda decisión en que se haya estimado procedente el recurso.

²²⁰ Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. Artículo 14:

1. Todas las personas son iguales ante los tribunales y cortes de justicia. Toda persona tendrá derecho a ser oída públicamente y con las debidas garantías por un tribunal competente, independiente e imparcial, establecido por la ley, en la sustanciación de cualquier acusación de carácter penal formulada contra ella o para la determinación de sus derechos u obligaciones de carácter civil. La prensa y el público podrán ser excluidos de la totalidad o parte de los juicios por consideraciones de moral, orden público o seguridad nacional en una sociedad democrática, o cuando lo exija el interés de la vida privada de las partes o, en la medida estrictamente necesaria en opinión del tribunal, cuando por circunstancias especiales del asunto la publicidad pudiera perjudicar a los intereses de la justicia; pero toda sentencia en materia penal o contenciosa será pública, excepto en los casos en que el interés de menores de edad exija lo contrario, o en las actuaciones referentes a pleitos matrimoniales o a la tutela de menores.
2. Toda persona acusada de un delito tiene derecho a que se presuma su inocencia mientras no se pruebe su culpabilidad conforme a la ley.
3. Durante el proceso, toda persona acusada de un delito tendrá derecho, en plena igualdad, a las siguientes garantías mínimas:
 - a) A ser informada sin demora, en un idioma que comprenda y en forma detallada, de la naturaleza y causas de la acusación formulada contra ella;
 - b) A disponer del tiempo y de los medios adecuados para la preparación de su defensa y a comunicarse con un defensor de su elección;

Por otra parte, y siguiendo a este autor, es dable referirnos someramente a la aplicación de los principios de los tratados de derechos humanos como criterio de interpretación constitucional. Existen ciertos principios que anteriormente eran exclusivos del derecho internacional de los Derechos Humanos, pero a partir de su incorporación a nuestra Carta Magna con jerarquía constitucional, deben ser aplicados en el derecho interno. Así, el Principio “pro homine” según el cual a la hora de aplicar una normativa al caso concreto, debemos estar a la más beneficiosa para la persona y para el sistema de derechos humanos, sin importar si esta se encuentra en la letra de la Constitución, un tratado o una ley. No obstante, la aplicación de este principio en el ámbito jurídico interno debe hacerse con suma precaución por cuanto en realidad surgió en la esfera del derecho humanitario internacional en donde la relación planteada es fundamentalmente la de “individuo-Estado”, sin embargo, teniendo presente el palmario desequilibrio estructural que informa a la relación de consumo, este principio cobra una importancia superlativa y rezuma coherencia respecto de la especial tutela del consumidor. Asimismo, el principio “favor debilis” que impera en las relaciones jurídicas en que una de las partes se encuentre en una situación de inferioridad respecto de la otra es claramente aplicable a las relaciones de consumo, signadas por tal característica.

Finalmente, seguiremos el análisis de Torres Buteler respecto de la jurisdicción internacional dispuesta por los tratados internacionales y su vinculación con el derecho del consumidor. Explicita que la segunda parte de la Convención Americana de Derechos Humanos instituye dos órganos encargados de velar por el cumplimiento de las disposiciones establecidas en el Tratado. Así, encontramos a la Comisión Interamericana de Derechos Humanos y a la Corte Interamericana de Derechos Humanos. Solo esta última goza de “función jurisdiccional”. Argentina, mediante la sanción de la ley 23.084 reconoció la

c) A ser juzgada sin dilaciones indebidas.

d) A hallarse presente en el proceso y a defenderse personalmente o ser asistida por un defensor de su elección; a ser informada, si no tuviera defensor, del derecho que le asiste a tenerlo y, siempre que el interés de la justicia lo exija, a que se le nombre defensor de oficio, gratuitamente, si careciere de medios suficientes para pagarlo;

e) A interrogar o hacer interrogar a los testigos de cargo y a obtener la comparecencia de los testigos de descargo y que éstos sean interrogados en las mismas condiciones que los testigos de cargo;

f) A ser asistida gratuitamente por un intérprete, si no comprende o no habla el idioma empleado en el tribunal;

g) A no ser obligada a declarar contra sí misma ni a confesarse culpable.

4. En el procedimiento aplicable a los menores de edad a efectos penales se tendrá en cuenta esta circunstancia y la importancia de estimular su readaptación social.

5. Toda persona declarada culpable de un delito tendrá derecho a que el fallo condenatorio y la pena que se le haya impuesto sean sometidos a un tribunal superior, conforme a lo prescripto por la ley.

6. Cuando una sentencia condenatoria firme haya sido ulteriormente revocada, o el condenado haya sido indultado por haberse producido o descubierto un hecho plenamente probatorio de la comisión de un error judicial, la persona deberá ser indemnizada, conforme a la ley, a menos que se demuestre que le es imputable en todo o en parte el no haberse revelado oportunamente el hecho desconocido.

7. Nadie podrá ser juzgado ni sancionado por un delito por el cual haya sido ya condenado o absuelto por una sentencia firme de acuerdo con la ley y el procedimiento penal de cada país.

competencia de ambos órganos para los casos relativos a la interpretación o aplicación de esa convención en particular. Entonces, dado que el Pacto de San José de Costa Rica no recepta norma alguna referida a los derechos de los consumidores, la Corte Suprema de Justicia de la Nación mantiene su condición de ser la última intérprete en esta materia. Sin embargo, y como se explicara anteriormente, existen derechos contemplados explícitamente en el Pacto que complementan al derecho del consumo, motivo por el cual bien puede suceder que la Corte Interamericana de Derechos Humanos intervenga en un conflicto suscitado como consecuencia de una relación de consumo si se produjo la transgresión al derecho a una tutela judicial efectiva, a la salud, a la vida, a la reunión o incluso a la propiedad privada de cualquier consumidor. De tal suerte, para este autor, las convenciones internacionales de derechos humanos no sólo complementan el reconocimiento de los derechos de las personas y de los consumidores, sino que brindan un nuevo tribunal que funciona como una garantía supraestatal en pos de tornarlos efectivos.

6.4. El derecho a consumir como un derecho humano

Adelantando el desarrollo de este punto, es de destacar que la materia de consumo se ancla en los DDHH, como se refiriese anteriormente, toda vez que se reconoce la imperatividad del acto de consumo, dado que la persona humana está inserta en una sociedad de consumo, y no se concibe la continuidad de la vida sino a través del intercambio de bienes. De ello se sigue que si consumir es imprescindible para concretar los derechos humanos, entonces la tutela jurídica propia del consumo se halla estrechamente vinculada con estos derechos, pues será un mero reflejo de los derechos fundamentales. Esto resulta obvio, toda vez que al pasar de un sistema de aprovisionamiento y producción familiar, en el cual aquellos bienes necesarios para vivir se producían en el seno de la microsociedad familiar, a la diversificación y complejización de bienes y servicios, con la división de actividades y una creciente especialización, que traccionó el intercambio de cosas y servicios entre las personas humanas hasta llegar a la máxima dispersión y atomización que caracteriza al mercado actual. Entonces, los consumidores para procurarse los bienes y servicios que necesitan y desean, deben acudir a la oferta profesionalizada y en la mayoría de los casos, someterse a sus designios y prácticas que engendran el mentado desequilibrio estructural propio de las relaciones de consumo. A fin de comprender la especialísima índole del consumidor en el

marco del mercado, rescatemos el pensamiento de David²²¹, quien explicita que “...sin los consumidores, la producción de los empresarios cae al vacío, y más aún, sus expectativas de lucro; por ende, es necesario mantener firme la estructura del mercado de la manera más equitativa posible, pero no hacer que el consumidor sufra la condición de único sostén. Esta debe ser la meta a tener en cuenta por las aplicaciones que se realizan en el marco de lo que las políticas económicas nacionales denominan dirigismo contractual”.

Estatuir una tutela al consumidor partiendo de la base de la mencionada desigualdad estructural, implica, como cita López Alfonsín²²², “una cierta ruptura del clásico principio de igualdad ante la ley del art. 16 de la Constitución Nacional y lo acerca al más novedoso criterio de igualdad de oportunidades introducido por el constituyente de 1994”. En ese desequilibrio, como bien apunta Tambussi²²³, “el consumidor se halla situado en el último tramo del camino constituido por la producción, la distribución y el consumo, y por ello se lo denomina consumidor final. Los consumidores están expuestos a toda clase de engaños o a la imposición de condiciones no equitativas por parte de las empresas, al no estar en condiciones de juzgar por sí mismos sobre la bondad de los productos o servicios que les son ofrecidos. No influyen en el mercado, ni en precios, cantidades, condiciones o modalidades de contratación. La publicidad presiona sobre ellos y afecta su capacidad crítica”. Este autor, tomando las palabras de Néstor García Canclini²²⁴, dice que “siempre el ejercicio de la ciudadanía estuvo asociado a la capacidad de apropiarse de los bienes y a los modos de usarlos, pero se suponía que estas diferencias estaban niveladas por la igualdad en derechos abstractos que se concretaban al votar, al sentirse representado por un partido político o un sindicato”. De tal suerte, para Tambussi, es dable concluir que en ciertas formas de la participación política y en los primeros albores de la democracia liberal, la posibilidad del voto estuvo asociada a las posibilidades de consumo (desde la categoría de vecino “propietario” necesaria para ser cabildante en tiempos coloniales, hasta la exigencia de cierta “renta anual” para ser legislador establecida en la Constitución Nacional. Entonces, para él, el

²²¹ David, Marcelo. Defensa de los consumidores y usuarios en el Derecho Nacional (Primera Parte). Origen, y evolución social y legal del derecho de los consumidores y usuarios. Suplemento de Derecho del Consumidor de El Dial. 2006.

²²² López Alfonsín, Marcelo. Protección Constitucional de Consumidores y Usuarios. Editorial Estudio. 2002.

²²³ Tambussi, Carlos; Gordillo, Agustín y otros. Derechos Humanos. Capítulo VII. Los derechos del consumidor como derechos humanos. Ed. Fundación de Derecho Administrativo. 2007.

²²⁴ García Canclini, Néstor. Consumidores y ciudadanos. Revista Diálogos de la Comunicación. 1991. Disponible en <http://www.teoriascomunicunm.com.ar/archivos/UNIDAD5-Canclini-ConsumidoresyCiudadanos.pdf>

sufragio universal vino a democratizar a través de la participación política, la situación de la población de bajo nivel de consumo, con la que empezó a necesitarse contar para ser captada o seducida si se aspiraba a niveles de poder importantes. El consumo es entonces “una dimensión esencial del ser humano, que involucra derechos fundamentales que deben ser protegidos por el Estado, de ahí que deba prodigarse al consumo también una tutela de la más alta jerarquía como son los derechos humanos, de los que además concuerda con sus caracteres”²²⁵. Acentuamos aquí la ingente necesidad de involucramiento por parte del estado en la concreción de los valores protegidos por estos derechos esenciales.

Vale aclarar que se observa conforme este enfoque avanza a lo largo del tiempo, que de un consumo de mera subsistencia biológica, se ha pasado a la incorporación de bienes y servicios antes caracterizados como suntuarios y que hoy conforman la plataforma básica del estándar de una vida digna, ello responde coherentemente con el principio de la progresividad propio de esta tutela.

Siguiendo a Tambussi, diremos entonces que "el derecho del consumidor es, sin duda, un vehículo social de protección general, vinculado a derechos elementales de la persona humana, encuadrados dentro del marco de lo que llamamos derechos humanos". Estos derechos y los derechos de consumidores son consecuencia de la entrada del hombre en sociedad, están en continuo proceso de creación enriqueciéndose con los cambios históricos y dependiendo al mismo tiempo de ellos. Refuerza la fundamentación de la inclusión del derecho del consumidor dentro del espectro de derechos fundamentales, la circunstancia de que la tutela consumeril importa la protección que se adquiere por ser persona, sin la necesidad de concurrencia de ninguna otra circunstancia. A su vez, dice este doctrinario, que este derecho puede tener una dimensión económica, pero, como los demás derechos humanos, no puede ser reducido a una mera valoración desde esa óptica, puesto que los valores y derechos protegidos en la relación de consumo son irrenunciables, ya que pertenecen a la persona humana al margen de su consentimiento y le son atribuidos de forma ineludible. Ello así, dado que el Estado reconoce y garantiza el respeto a los mismos a partir de su poder normativo de orden público.

Por otra parte, Tambussi explica magistralmente, cómo el derecho consumeril participa de los caracteres tipificantes de los derechos humanos. Así, como en los derechos humanos, el ejercicio de los derechos guarda conexiones entre sí, de la misma forma en el

²²⁵ Tambussi, Carlos. Los derechos de usuarios y consumidores son derechos humanos. Publicado en Lex - Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política. 2014. Disponible en <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/view/38>

derecho del consumo están involucradas las distintas potestades que no pueden verse separadamente, por ejemplo, el derecho a la información se vincula con la salud y seguridad, el de libre elección con protección de intereses económicos, etc. En el mismo orden de ideas, al igual que sucede con los derechos fundamentales, el derecho del consumidor es tendencialmente universal, verificándose este carácter en la propensión a incluirlo en los tratados de integración, en el esfuerzo de organismos internacionales en impulsarlos mediante criterios generales que impulsen su desarrollo en los Estados, como sucede con las Directrices de las Naciones Unidas, y el camino hacia la unificación de las directivas nacionales, sin perjuicio de las realidades culturales propias que muestran determinadas pautas y objetos de consumo características de comunidades específicas. Los derechos humanos y el del consumidor tienen el mismo tratamiento legal con base en los principios de igualdad ante la ley, no discriminación, desarrollo progresivo y protección del medio ambiente. Al entenderse el derecho del consumidor como un reflejo o especie de los derechos humanos, se aplican a aquél los principios interpretativos de éstos, acudiendo a la norma más amplia cuando se trate de protección y a la norma más estricta cuando se trate de restricciones a los derechos, ello conforme a los artículos 29²²⁶ y 30²²⁷ de la Convención Americana de Derechos Humanos.

Por último, debemos referirnos a la operatividad del derecho consumeril. Para la doctrina y la jurisprudencia, en derechos humanos se presume que las normas son operativas. Y al participar de los caracteres de estos derechos, en el caso de las normas de consumo, se trata de dispositivos clara y directamente atinentes, y no existe impedimento alguno para su aplicación inmediata²²⁸. Eso sucede no solo por su formulación sino esencialmente por “la naturaleza del derecho que protege, que no es otro que un derecho humano”²²⁹. El carácter de operatividad ha sido receptado jurisprudencialmente, así, la Corte Suprema de Justicia resolvió “...que las normas constitucionales que reconocen la existencia del derecho del consumo son operativas per se, independientemente de que el Congreso o el Poder Ejecutivo

²²⁶ Este artículo fue transcripto anteriormente.

²²⁷ Convención Americana de Derechos Humanos. Artículo 30. Alcances de las Restricciones: Las restricciones permitidas, de acuerdo con esta Convención, al goce y ejercicio de los derechos y libertades reconocidas en la misma, no pueden ser aplicadas sino conforme a leyes que se dictaren por razones de interés general y con el propósito para el cual han sido establecidas.

²²⁸ Galdós, Jorge. La relación de consumo en la jurisprudencia de la Corte Suprema de Justicia de la Nación. En Ley de Defensa del Consumidor. Comentada y anotada, Vázquez Ferreyra y Picasso Directores. Editorial La Ley. 2011.

²²⁹ Arias Cau, Esteban y Vera Mohorade, Guillermo. Participación de las asociaciones de consumidores en los organismos de control de servicios públicos. LLNOA. 2011.

hayan dictado regulaciones específicas”²³⁰. Tambussi aporta sobre este carácter que “El citado artículo 42 tiene una doble proyección: el derecho de los usuarios y consumidores a la protección de sus intereses personales y económicos, y el correlativo deber del Estado de asegurarlos; deber que es también exigible a los proveedores de bienes y servicios”²³¹. Estas garantías son operativas y no dependen de su reglamentación atento a su naturaleza y a la vía judicial que se prevé expresamente en el artículo 43 de la Constitución”²³². Un último ejemplo es el de la Sala B de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, quien sostuvo que “La Ley de Defensa del Consumidor 24240 consagra la protección de los intereses económicos de consumidores y usuarios, otorgándoles derecho a una información adecuada y condiciones de trato equitativo y justo, con explícita base constitucional —artículo 42, CN—, y con alcance operativo e inmediato principio de cumplimiento”²³³.

Profundizando en esta huella, el autor pone énfasis en el acceso al consumo y sostiene que su sustancia de derecho humano involucra el aspecto del trato equitativo y digno que la normativa constitucional consagra, como un valor que no admite distinciones ni discriminaciones negativas. Respecto de una potencial discriminación inversa, volveremos sobre este punto más adelante al abordar posibles acciones estatales para efectivizar la igualdad real de oportunidades a través de políticas públicas específicas. Entiende Tambussi que “al basarse el nuevo modelo de Estado diseñado por la Constitución en 1994 en el eje del desarrollo económico y social, y en los principios del desarrollo sustentable, está determinando un piso por debajo del cual se entienden violados los derechos del artículo 42”. En esta inteligencia, dice Pérez Bustamante²³⁴ que “si un habitante no tiene acceso al consumo en lo que hace a sus necesidades básicas, se está incumpliendo con uno de los requisitos del desarrollo sustentable: la sustentabilidad social”. Por otra parte, Tambussi indica que la dignidad importa el trato justo en la relación de consumo, con respeto a la vida, salud, e integridad física de las personas. Para el doctrinario, el acceso al consumo se vincula indisolublemente con el principio de no discriminación y significa la existencia de

²³⁰ Voto del Dr. Lorenzetti. Ministerio de Salud y/o Gobernación. Corte Suprema de Justicia de la Nación, Fallos: 329:4741.

²³¹ Cfr. Bidart Campos, Germán. Tratado Elemental de Derecho Constitucional. Tomo VI.; Fleitas Ortiz de Rozas, Abel. La protección del usuario. Ponencia realizada en las Jornadas Jurídicas sobre Servicio Público de Electricidad. 1995.

²³² Fallos 322:1941, citado por Cabezas Cescato, Paola. Acerca del artículo 42 de la Constitución Nacional. Editorial La Ley. 1999.

²³³ Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, sala B, publicado en LL 1999-E-717; DJ 1999-3-840.

²³⁴ Pérez Bustamante, Laura. Derecho Social de Consumo. Editorial La Ley. 2004.

infraestructuras, medios e información para colocar el consumo al alcance y a la comprensión de todos los sectores de la población, e introduce la problemática de los sectores con necesidades especiales o características diferentes, es decir, de los colectivos vulnerables, entre los cuales se destacan los adultos mayores. Advertimos, pues, siguiendo esta tesitura, que si bien desde lo jurídico el Estado sigue siendo el responsable internacionalmente de toda violación a los derechos humanos, puesto que estos derechos involucran como responsable directo al estado, muchas veces en la práctica se verifica que éste se retira o sucumbe frente al poder real de las fuerzas del mercado y esa falencia, para el aludido doctrinario, puede corregirse en el Derecho interno mediante la puesta en marcha de los mecanismos del sistema y cierto sano protagonismo judicial. Es que la protección de los derechos de los consumidores está investida de la garantía de eficacia en la protección de los derechos humanos, así, el derecho consumeril, por su propia naturaleza de derecho humano, requiere de mecanismos y procedimientos que atiendan adecuadamente las situaciones que se producen y que a veces no encuentran solución en los sistemas tradicionales. Estos a su vez tienen que cumplir con el requisito de eficacia, que implica la posibilidad de obtener una respuesta del sistema a los reclamos del consumidor en tiempo, modo y condiciones de acceso que no desnaturalicen la protección de los derechos. Baste para comprender su importancia, la alusión al derecho a la tutela judicial efectiva, alocución que nace con la redacción del artículo 24 de la Constitución de Italia de 1947 y con la confección de los artículos 19.4 y 103.1 de la Ley fundamental de Bonn de 1949, siendo mayormente conocida por su incorporación al artículo 24 de la Constitución española de 1978, tiene naturaleza supranacional al preverse en los artículos 8 inciso 1 y 25 de la Convención Americana de Derechos Humanos, que ha sido uno de los tratados a los que se les atribuyera jerarquía constitucional por el artículo 75 inciso 22 en la Reforma de 1994.

7. El consumo mediado por la tecnología en Argentina – Enfoque jurídico

7.1. Recepción normativa de las operaciones de consumo mediado por la tecnología.

7.1.1. Ley de Defensa del Consumidor – Venta domiciliaria, por correspondencia y otras.

La Ley de defensa del consumidor prevé en su Capítulo VII algunas de las modernas modalidades de instrumentación de operatorias de consumo. Así, en lo que a este desarrollo importa, promueve la tutela del consumidor o usuario en el marco de relaciones de consumo que se desarrollan a partir de la mediación de la tecnología de la información. Ciertamente es que la ley comenzó su protección enfocándose en la venta domiciliaria (puerta a puerta) o por correspondencia, pues naturalmente estas especies fueron las primeras experiencias de los consumidores fuera de la clásica operación de compra presencial en el local del proveedor. El propio Decreto 1798/94, establece que están comprendidos los sistemas en que la oferta al consumidor se efectúe en el domicilio particular del oferente o en el del consumidor, en su lugar de trabajo o en el domicilio de un tercero. También se entenderá comprendida dentro de la venta domiciliaria o directa, aquella contratación que resulte de una convocatoria al consumidor al establecimiento del proveedor o a otro sitio, cuando el objeto de dicha convocatoria sea total o parcialmente distinto al de la contratación. Esta norma ha sido criticada recurrentemente pues involucra algunas previsiones que recortan la amplitud de la tutela, perjudicando al consumidor aun cuando éste revista la nota típica de vulnerabilidad frente al proveedor. De ello se deriva lógicamente que entraña una potencial inconstitucionalidad en tanto que al reglamentar el derecho previsto en la Ley de Defensa del Consumidor y fundamentalmente en el cuerpo del artículo 42 de la Constitución Nacional, controvierte la manda del artículo 28²³⁵ de nuestra Carta Magna. Sobre el particular volveremos en breve, al momento de explicar la facultad de arrepentimiento.

En cuanto a la amplitud de posibles metodologías de articulación posibles dentro de esta especial categoría, es dable destacar que con el paso del tiempo se incorporó

²³⁵ Constitución Nacional. Artículo 28: Los principios, garantías y derechos reconocidos en los anteriores artículos, no podrán ser alterados por las leyes que reglamenten su ejercicio.

tempranamente, la venta telefónica, y otras ventas “sorpresivas” (por ejemplo mediante invitaciones a cenas o sorteos) y más cerca en el tiempo y por analogía, las compras por internet, y las materializadas a través de las redes sociales.

La finalidad de la normativa es proteger a los consumidores, porque se considera que éstos están en una situación de inferioridad con respecto a quienes consumen en un local comercial con el asesoramiento de los vendedores, o a quienes concurren por propia decisión a realizar la compra, agravando más aun la vulnerabilidad propia de la situación posicional del consumidor en el aciago desequilibrio estructural que informa a la relación de consumo. El fundamento de esta consideración es la falta de información determinada por la modalidad, que puede haber al respecto de los bienes y servicios objeto de la compra. Ejemplo de esto pueden ser productos que no pueden llegar a verse correctamente (fotos en una página de internet), o la imposibilidad de consultar al vendedor sobre las características. Además se considera que puede haber una posible falta de reflexión en la decisión sobre la compra (porque la posibilidad es sorpresiva, o por la concreción en horas fuera de lo común, o porque las promociones duran sólo horas, o porque se dan en el marco de sorteos o en eventos sociales). Es decir que la vulnerabilidad se ve exacerbada por la intromisión del mundo digital en la concreción del acto de consumo.

Resultan asimilables a estas compras todas aquellas en las que el consumidor no pueda contar con el servicio de una persona física a quien consultarle (así se incluyen también las operaciones realizadas a través de cajeros automáticos, por ejemplo). Es decir, que la protección extra respecto de las operaciones tradicionales en el local del proveedor, encuentra su sustento en la imposibilidad del consumidor de apreciar con mayor precisión y fidelidad los caracteres del bien que se adquiere, consultar in situ respecto de las dudas que pudiesen surgir, compulsar calidades y obrar con la racionalidad que la Ley de Defensa del Consumidor revista. Ello cobra aún más sentido en cuanto que la decisión de acudir hasta el espacio del proveedor implica algún grado de reflexión sobre la potencial conclusión de una relación de consumo y permite a su vez avizorar las consecuencias jurídicas, económicas, sociales, ecológicas y sanitarias que se pueden derivar de aquella.

Citaremos a continuación algunas de las prerrogativas para el consumidor en el marco de estas modalidades:

- Período de reflexión o facultad de arrepentimiento: El consumidor tiene el derecho de arrepentirse y revocar la compra por el período de diez días corridos, contados a partir de la fecha en que se entregue el bien o se celebre el

contrato, lo último que ocurra, sin incurrir en responsabilidad alguna. Esta facultad no puede ser dispensada ni renunciada. Esto último es propio de la imperatividad del orden público consumeril explicitado previamente. Dicho derecho debe ser informado por el proveedor en todos los casos, y aun cuando éste no cumpla con esa obligación, el derecho subsiste latente pues emana de la norma constitucional como un deber inexpugnable. Para la doctrina y la jurisprudencia, la devolución del bien debe realizarse en las condiciones en que se encuentre, conforme al uso común, ya que la devolución no implica que el bien no debe utilizarse, sino que puede haber sido utilizado adecuadamente. Vale aclarar en este punto, y retomando lo dicho previamente, que el decreto reglamentario 1798/94, estipula expresamente que para ejercer el derecho de revocación el consumidor deberá poner la cosa a disposición del vendedor sin haberla usado y manteniéndola en el mismo estado en que la recibió, debiendo restituir el proveedor al consumidor todos los importes recibidos. Como se puede verificar, el decreto resulta restrictivo y a todas luces importa la palmaria imposibilidad real de cumplimiento, puesto que incluso la más leve manipulación del bien y su embalaje o envoltorio implicaría el cambio de estado del mismo y por ende el quebrantamiento de la identidad absoluta respecto de aquello recibido. Es por ello que para los operadores del derecho consumeril, tal requisito controvierte el derecho de base estatuido en la Ley de Defensa del Consumidor, tornándolo abstracto y deconstruyendo la tutela especial que para estas operatorias la norma consumeril establece. En caso de que el consumidor optarse por el ejercicio de este derecho, no se requiere informar los motivos para la cancelación de la compra. La causa es irrelevante y su explicitación se suprime.

La revocación implica la anulación de toda la transacción, por lo que el proveedor deberá devolver todo lo abonado por el consumidor por los mismos medios, y en forma simultánea a la devolución del bien. En todo caso, siempre puede devolverse lo desembolsado por un medio que beneficie más al consumidor (con su acuerdo), pero nunca se lo puede obligar a recibir en reemplazo una “nota de crédito”, puesto que ello supondría un plazo de espera para restaurar el patrimonio del consumidor y definitivamente esa práctica denigraría los intereses económicos del mismo y su resguardo constitucional. El derecho de revocación o arrepentimiento busca volver al estadio anterior a

la operación cancelada, sin que el patrimonio del consumidor sufra mácula alguna, por ello es que la cancelación debe poder realizarse por los mismos medios por los que se contrató, siguiendo la misma suerte la devolución del bien, sin gasto alguno para el consumidor o usuario. La implementación de este derecho genera ciertos problemas, ya que en muchos casos se niega o dificulta esta facultad de forma evidente. Ello trasunta normalmente en prácticas abusivas y eventualmente se plasman en cláusulas abusivas contenidas en los contratos de consumo, sin embargo, es importante resaltar el carácter obligatorio de los lineamientos de la Ley de Defensa del Consumidor y su imposibilidad de transacción y/o abandono por los extremos subjetivos de la relación de consumo.

- Prohibición de descuentos automáticos: Está prohibida la realización de propuestas del proveedor al consumidor potencial, que exijan del consumidor la aceptación, y que y en caso de que éste no formule ninguna manifestación (ni acepte ni rechace), impliquen algún cobro en sistemas de débito automático. Estas prácticas abusivas fueron durante décadas parte de la rutina comercial de mercado y una especie de reflejo de la oferta de bienes y servicios facilitada, que engendraron disvaliosas consecuencias para los usuarios inexpertos o desprevenidos, quienes advertían tardíamente los cargos provenientes de estas operatorias contrarias al orden público consumeril. La prodigalidad de tácticas sofisticadas y cada vez más complejas de detectar y/o desterrar mediante la denuncia o el reclamo, requieren de esfuerzos permanentes por parte de la autoridad de aplicación y de los propios consumidores, quienes deben mantenerse alerta, educados e informados para detectar potenciales y actuales afrentas a sus derechos. Los adultos mayores resultan especialmente vulnerables en este flanco puesto que los mecanismos de pago que implican la posibilidad de débitos automáticos incorporan elementos tecnológicos que redundan, en la mayoría de los supuestos, en verdaderos desafíos para el abordaje por parte de este colectivo que no es nativo digital.
- Posibilidad de conservar bienes enviados sin solicitud previa: El consumidor puede retener para sí o devolver (a costa del proveedor), sin ningún tipo de

responsabilidad, todo tipo de bienes enviados por los proveedores sin su solicitud. Un ejemplo actual es el envío compulsivo de tarjetas de crédito, que no implica ninguna responsabilidad para el consumidor. Este derecho se deriva de la prohibición explicitada más arriba y se emparenta con la idea de que un ilícito no puede engendrar derechos o beneficios para quien lo comete, y de tal suerte, mal podría requerírsele al consumidor que no solicitó el bien recibido y enviado en franca violación a las previsiones de la Ley de Defensa del Consumidor, que se involucre en acciones tendientes a la devolución compulsiva de ese bien o que incurra en erogaciones para hacerlo. En última instancia, ello quedará en el terreno de la obligación natural y dependerá exclusivamente de la voluntad propositiva del consumidor, quedando las pérdidas resultantes a cargo del proveedor que incurrió en el ilícito descripto.

- Imposibilidad de exigir cláusulas desconocidas por el consumidor: El consumidor no tiene obligación de cumplir con condiciones que no le fueron informadas al momento de contratar, o que no se le proporcionaron en forma completa, como por ejemplo, los anexos de un contrato. Esta situación se da muy a menudo en el caso de las compras por internet, y especialmente en el caso de las ventas telefónicas, en las que prácticamente nunca se da copia del contrato, (y mucho menos de sus anexos). Esta protección se deriva de la obligación genérica de información plasmada en la Constitución Nacional y en el cuerpo de la propia Ley de Defensa del Consumidor. Sin embargo, aquí cobra otra relevancia puesto que en estas operatorias signadas por lo irreflexivo, sorpresivo o por un contacto mediado por la tecnología, la información trasunta irreductiblemente central para que el consumidor, y especialmente el adulto mayor, se aproximen conociendo todos los detalles y consecuencias de la relación de la cual son parte. La accesibilidad, completitud y cognoscibilidad de la información con todos los caracteres que el Sistema Jurídico Consumeril requiere, serán fundamentales para que los ancianos comprendan cabalmente el contenido del contrato que los vincula al proveedor en cuestión.
- Realizar todo tipo de reclamos ante las autoridades de su domicilio: El consumidor tiene el derecho de realizar sus reclamos ante los juzgados y

autoridades administrativas del domicilio de la recepción del bien. Este derecho es indisponible, lo que quiere decir que el consumidor no puede renunciarlo, y de nada vale que alguna cláusula del contrato lo estipulara en contrario. Esta protección pretende evitar la prórroga hacia jurisdicciones ajenas al usuario que tenga por finalidad abusar de éste, conminándolo a concurrir a una sede alejada, en la idea de que desista de realizar reclamos por la incomodidad de la lejanía del foro. Ello conculca la garantía de acceso irrestricto a la resolución de conflictos consumeriles por múltiples vías gratuitas para el consumidor.

- Derecho a igual o mayor protección que en las ventas en persona: Este derecho nace de la obligación de los proveedores de brindar trato equitativo. En general implica la adopción de mecanismos en el comercio electrónico que garanticen derechos otorgados a los consumidores en ciertos rubros. Es decir, que los usuarios en estas operatorias deben encontrar una protección adecuada a los mayores riesgos y vulnerabilidad creciente respecto de las compras presenciales. Se entiende entonces que existe una relación de proporcionalidad entre la tutela y la complejidad y riesgo de la operatoria, de allí que se extremen las garantías incluso por encima de las previstas para las relaciones de consumo genéricas.

- Responsabilidad solidaria: No sólo el vendedor es responsable por los posibles incumplimientos, sino que todos los que participan de la cadena de producción, comercialización y eventualmente, de distribución, también lo son. Excepción hecha de los transportistas que sólo responden por el daño con motivo o en ocasión de su servicio. En los casos de venta domiciliaria, esta previsión es harto importante pues el consumidor adulto mayor que se involucra en una relación de consumo mediada por la tecnología, se verá implicado con una multiplicidad de sujetos diferentes del vendedor, como ser los portales de venta, sitios web de los vendedores, quienes realizan el envío de los productos como correos y empresas de logística, e incluso, en razón de la conexidad contractual y el crédito para el consumo, con entidades bancarias y financieras.

7.1.2. Código Civil y Comercial de la Nación – Modalidades especiales.

El Código Civil y Comercial de la Nación, incorpora dentro del Título III dedicado a los contratos de consumo, el Capítulo 3 abocado a las Modalidades Especiales de estos contratos.

Este cuerpo normativo recoge y caracteriza dos tipos de operatorias asimilables a las llamadas ventas domiciliarias contenidas en la Ley de Defensa del Consumidor. Así, por una parte, se encarga de caracterizar las ventas fuera del establecimiento comercial del proveedor el que resulta de una oferta o propuesta sobre un bien o servicio concluido en el domicilio o lugar de trabajo del consumidor, en la vía pública, o por medio de correspondencia, los que resultan de una convocatoria al consumidor o usuario al establecimiento del proveedor o a otro sitio, cuando el objetivo de dicha convocatoria sea total o parcialmente distinto al de la contratación, o se trate de un premio u obsequio. Como puede apreciarse esta tipología comercial ha ganado terreno desde la década del noventa del siglo pasado, exhortando al consumidor potencial a celebrar contratos de consumo en espacios diversos, asegurándose la extensión de su estrategia expansiva y valiéndose de tácticas agresivas de venta, que explotan la rapidez e inmediatez entre la promoción, la oferta y la conclusión del contrato. Punto de real interés en este marco es la obligación de seguridad y de información, ya que lo exótico del espacio en el cual se traba la relación de consumo y de las circunstancias de la misma, colocan al consumidor adulto mayor en un estadio de especial vulnerabilidad.

Por otra parte, el aludido código, refiere a los contratos celebrados. Estos son los concluidos entre un proveedor y un consumidor con el uso exclusivo de medios de comunicación a distancia, entendiéndose por tales los que pueden ser utilizados sin la presencia física simultánea de las partes contratantes. En especial, se consideran los medios postales, electrónicos, telecomunicaciones, así como servicios de radio, televisión o prensa. Precisamente en esta tipología debemos detenernos pues es la que se ha potenciado drásticamente entre todas las franjas etarias de consumidores de Argentina. El terreno del consumo en entornos digitales ha ido ganando adeptos y los adultos mayores que proponían tal vez el grupo de mayor resistencia por sus especiales características ya analizadas anteriormente, ha claudicado ante su encanto seductivo, a veces, y en otras tantas o más oportunidades, se ha visto compelido a incursionar en él como resultado de políticas públicas o comerciales.

El articulado del Código Civil y Comercial de la Nación alude expresamente a la utilización de medios electrónicos en las modalidades especiales de contratación para el consumo. En esa inteligencia, determina que cuando el Código o cualquier otra norma exija que el contrato conste por escrito, este requisito se debe entender satisfecho si el contrato con el consumidor o usuario contiene un soporte electrónico u otra tecnología similar. Ello implica que en el sustrato de la génesis misma de la relación de consumo mediada por la tecnología, y más puntualmente, a través de Internet, se concibe el acceso y utilización de toda la población a este recurso. Este presupuesto debe verificarse sin exclusiones ni cortapisas de ninguna especie a fin de garantizar el derecho a la igualdad consagrado en nuestra Carta Magna. Es dable recordar que el servicio de Internet se ha elevado a la categoría de Servicio Esencial a partir de la sanción del Decreto de Necesidad y Urgencia 690/2020²³⁶. Dicho decreto, en sus considerandos explica con profundidad la índole del servicio de Internet en el marco de la sociedad de consumo moderna y fija un claro eje de política pública en pos de su universalidad.

A continuación se transcriben los considerandos que describen la intencionalidad aludida a fin de apreciar cabalmente su importancia y estrecha relación respecto del tema de la presente tesis.

“Que el derecho de acceso a internet es, en la actualidad, uno de los derechos digitales que posee toda persona con el propósito de ejercer y gozar del derecho a la libertad de expresión. La ONU ha expresado en diversos documentos la relevancia de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) para el desarrollo de una sociedad más igualitaria y la importancia de que a todas las personas les sea garantizado su acceso a las mismas.

Que las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) representan no sólo un portal de acceso al conocimiento, a la educación, a la información y al entretenimiento, sino que constituyen además un punto de referencia y un pilar fundamental para la construcción del desarrollo económico y social.

Que el Consejo de Derechos Humanos de la ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (ONU) adoptó mediante la Resolución A/HRC/20/L13 del 29 de junio de 2012, referida a la Promoción y protección de todos los derechos humanos, civiles, políticos, económicos, sociales y culturales, incluido el derecho al desarrollo, en el punto referido a la Promoción, protección y disfrute de los derechos humanos en Internet el reconocimiento a “la

²³⁶ Artículo 15- Carácter de servicio público en competencia. Se establece que los Servicios de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y el acceso a las redes de telecomunicaciones para y entre licenciatarios y licenciatarias de servicios TIC son servicios públicos esenciales y estratégicos en competencia. La autoridad de aplicación garantizará su efectiva disponibilidad

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

naturaleza mundial y abierta de Internet como fuerza impulsora de la aceleración de los progresos hacia el desarrollo en sus distintas formas”, exhortando “...a los Estados a que promuevan y faciliten el acceso a Internet y la cooperación internacional encaminada al desarrollo de los medios de comunicación y los servicios de información y comunicación en todos los países.”

Que, en tal sentido, nuestro más Alto Tribunal también ha señalado, in re “Centro de Estudios para la Promoción de la Igualdad y la Solidaridad y otros c/ Ministerio de Energía y Minería s/Amparo Colectivo”, que “el Estado debe velar por la continuidad, universalidad y accesibilidad de los servicios públicos, ponderando la realidad económico-social concreta de los afectados por la decisión tarifaria con especial atención a los sectores más vulnerables y evitando, de esta forma, el perjuicio social provocado por la exclusión de numerosos usuarios de dichos servicios esenciales como consecuencia de una tarifa que, por su elevada cuantía, pudiera calificarse de confiscatoria, en tanto detraiga de manera irrazonable una proporción excesiva de los ingresos del grupo familiar a considerar.”

Que, en el mismo sentido, en el derecho comparado más moderno se reconoce como un derecho humano el acceso a las TIC. Así se verifica, por ejemplo, en los ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, donde en 2013 se consagró en el artículo 6 de su Constitución Política el derecho de acceso a Internet, y también en la República de Francia, donde fue consagrado por el Conseil Constitutionnel como derecho fundamental el acceso a Internet en el año 2009.

Que en el año 2014 el HONORABLE CONGRESO DE LA NACIÓN sancionó la Ley N° 27.078 por la cual se declaró “de interés público el desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, las Telecomunicaciones, y sus recursos asociados, estableciendo y garantizando la completa neutralidad de las redes”; ello con el objetivo de posibilitar el acceso de la totalidad de los y las habitantes de la REPÚBLICA ARGENTINA a los servicios de la información y las comunicaciones en condiciones sociales y geográficas equitativas, con los más altos parámetros de calidad.

Que por el artículo N° 15 de la citada norma se reconoció “el carácter de servicio público esencial y estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en competencia al uso y acceso a las redes de telecomunicaciones, para y entre licenciatarios de Servicios de TIC”.

Que, en este sentido, la convergencia de tecnologías constituye parte de la naturaleza misma del desarrollo del sector, por lo cual es un deber indelegable del Estado nacional garantizar el acceso y uso de las redes de telecomunicaciones utilizadas en la prestación de los

servicios de TIC así como el carácter de servicio público esencial y estratégico de las tecnologías de la información y las comunicaciones en competencia, estableciendo no solo las pautas para el tendido y desarrollo de la infraestructura en término de redes de telecomunicaciones a lo largo y ancho de todo el territorio nacional sino también las condiciones de explotación de aquella, de modo tal que se garantice la función social y el carácter fundamental como parte del derecho humano a la comunicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Que mediante el Decreto de Necesidad y Urgencia N° 267/2015 se derogó gran parte del andamiaje legalmente establecido en materia de servicios de comunicación audiovisual y de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, abandonándose la idea del acceso a estos últimos como un derecho humano, dejándolos librados a ley de la oferta y demanda como una simple mercancía, contrariamente a lo previsto en la Constitución Nacional, que en su artículo 42 establece el deber de las autoridades de proveer a la protección de los consumidores y usuarios de bienes y servicios, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados así como a la calidad y eficiencia de los servicios públicos.

Que el derecho humano al acceso a las TIC y a la comunicación por cualquiera de sus plataformas requiere de la fijación de reglas por parte del Estado para garantizar el acceso equitativo, justo y a precios razonables.

Que, en este marco, es necesario recuperar los instrumentos normativos que permitan garantizar para la totalidad de los y las habitantes de la Nación el acceso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), estableciendo además planes accesibles e inclusivos que garanticen una prestación básica universal obligatoria²³⁷.

Como puede apreciarse, la tecnología de la comunicación aplicada al espectro de las relaciones de consumo encuentra un nicho de ocupación en la actividad legisferante que viene in crescendo en intensidad y tutela directa y tangencial. El propio artículo 1107 del Código Civil y Comercial de la Nación se ha ocupado de esgrimir precisiones respecto del uso de los medios tecnológicos para motorizar las relaciones de consumo. Así, establece que el proveedor debe informar al consumidor, además del contenido mínimo del contrato y la facultad de revocar, todos los datos necesarios para utilizar correctamente el medio elegido, para comprender los riesgos derivados de su empleo, y para tener absolutamente claro quién asume esos riesgos. Es imprescindible analizar esta última previsión, pues su técnica

²³⁷ Decreto de Necesidad y Urgencia 690/2020. BO: 22/08/2020.

legislativa abre un canal de potencial eximición de responsabilidad para el proveedor y que claramente controvierte el principio pro consumidor que sustenta la protección base contenida en la Constitución Nacional y en la Ley de Defensa del Consumidor. La posibilidad dejada a salvo para que el proveedor indique quién asume los riesgos derivados del uso de la TIC, importa el riesgo potencial de que éste, que es quien predispone las cláusulas del contrato de consumo, sindique al consumidor como el responsable total. En ese caso, se estaría controvirtiendo la manda del artículo 1095²³⁸ de Código Civil y Comercial de la Nación y el artículo 37²³⁹ de la Ley de Defensa del Consumidor. Ambas aluden a la imperatividad respecto de que el contrato de consumo se interpreta a favor del consumidor por ser éste el extremo más débil y quien normalmente no tiene cabida a la hora de fijar estipulaciones a su favor en los acuerdos con el proveedor. Como puede apreciarse, el artículo 1107 antes mencionado, abre la posibilidad para que aun cuando el proveedor sea quien diseña el contrato por medios electrónicos, e incluso se beneficie de utilizarlos, transfiera al consumidor las potenciales consecuencias dañosas que de él se deriven. Es menester referir a las múltiples ventajas que el uso de las TICs reporta a los proveedores a fin de comprender por qué la previsión legal en estudio supone un riesgo vívido para el consumidor.

La posibilidad de establecer su negocio en el medio digital, evitando muchas veces la necesidad de contar con un espacio físico y los costos y gastos que éste impone, trasuntan en una alternativa muy apetecible para los proveedores. La automatización y digitalización de los múltiples procesos que engendra el contrato de consumo y sus tratativas previas son activos cada vez más aprovechados y explotados en sus potencialidades. En un registro no exhaustivo y meramente ejemplificativo podemos mencionar, el ahorro del alquiler del local, de los servicios necesarios para su funcionamiento, de los gastos impositivos atados al mismo, de la disponibilidad de personal y del costo de almacenamiento, entre otros. Estos factores, atados a

²³⁸ CCCN. 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.

²³⁹ LDC. Artículo 37: Interpretación. Sin perjuicio de la validez del contrato, se tendrán por no convenidas:

- a) Las cláusulas que desnaturalicen las obligaciones o limiten la responsabilidad por daños;
- b) Las cláusulas que importen renuncia o restricción de los derechos del consumidor o amplíen los derechos de la otra parte;
- c) Las cláusulas que contengan cualquier precepto que imponga la inversión de la carga de la prueba en perjuicio del consumidor.

La interpretación del contrato se hará en el sentido más favorable para el consumidor. Cuando existan dudas sobre los alcances de su obligación, se estará a la que sea menos gravosa.

En caso en que el oferente viole el deber de buena fe en la etapa previa a la conclusión del contrato o en su celebración o transgreda el deber de información o la legislación de defensa de la competencia o de lealtad comercial, el consumidor tendrá derecho a demandar la nulidad del contrato o la de una o más cláusulas. Cuando el juez declare la nulidad parcial, simultáneamente integrará el contrato, si ello fuera necesario.

otros que se vinculan con la eficientización del manejo de stock, de la asociación con otros servicios necesarios como el servicio logístico, las pasarelas de pago, carritos de compra virtual y entidades financieras, proponen ahorros atractivos y el posicionamiento de los proveedores en sintonía con las demandas de los consumidores. Desde el punto de vista contable, la racionalización de la estructura de costos debería naturalmente repercutir en el establecimiento de precios competitivos, más favorables a los intereses de los consumidores. Luego, respecto de las vinculaciones que este tipo de operatorias suele propiciar, es común encontrar beneficios en el servicio de entrega domiciliaria, financiación y combinación de bienes y servicios.

De lo expuesto se deriva que al proveedor, generalmente, le conviene involucrarse en este tipo de negocios mediados por las TICs, y sin embargo, aun siendo el profesional en la relación de consumo, el Código Civil y Comercial lo premia con la posibilidad de eximirse de la responsabilidad por daños que el uso de esa tecnología ocasione en los bienes o en la persona del consumidor.

Respecto de la oferta realizada a través de las TICs, el Código prevé la obligación del proveedor de mantener su vigencia durante el período que él fije o, en su defecto, durante todo el tiempo que permanezcan accesibles al destinatario. Esto es importante pues frente a la oferta mediada por la tecnología, el adulto mayor puede encontrar escollos probatorios. Precisamente por ello, y para evitar que el proveedor se sustraiga a las obligaciones que emergen de la propuesta realizada y aceptada por el consumidor, aquel debe confirmar por vía electrónica y sin demora la llegada de la aceptación. Es dable recordar que de todos modos, en materia de consumo rige el principio de las cargas dinámicas de la prueba con colaboración de las partes. Ello quiere decir que deberá aportar la prueba quien esté en mejores condiciones para hacerlo, aunque vale aclarar que la doctrina y la jurisprudencia presumen que será el proveedor por su carácter profesional, quien generalmente estará mejor munido para afrontar la carga de probar en pos de su descargo de responsabilidad.

En cuanto al lugar de cumplimiento de los dos tipos de operatoria descriptos en el Código, el artículo 1109 establece certeramente el lugar de cumplimiento del contrato. Dice la norma que es aquel en el que el consumidor recibió o debió recibir la prestación. Ese lugar fija la jurisdicción aplicable a los conflictos derivados del contrato. Aclara también que la potencial cláusula de prórroga de jurisdicción se tiene por no escrita. Nuevamente vemos cómo se intenta tutelar al consumidor, evitando que el proveedor por aplicación de una cláusula abusiva, lo obligue a concurrir a una jurisdicción desfavorable para resolver cualquier conflicto derivado de esa relación. Esto cobra aún más sentido que cuando la

operatoria pertenece a las regulares puesto que en las modalidades especiales del Código Civil y Comercial, normalmente el consumidor no cuenta con la copia del contrato celebrado y en muchos casos ni siquiera se le informa respecto de las vías previstas en la propia Ley de Defensa del Consumidor para resolver gratuitamente los problemas de consumo de los cuales sea parte.

Nos referiremos ahora al derecho de revocación inserto en el Código, receptado en franca coherencia con el previsto y analizado anteriormente en el marco de la Ley 24240 y su decreto reglamentario. Comparando la caracterización de este derecho del consumidor en las tres normas, hallamos una mayor explicitación de su reglamentación en el Código Civil y Comercial, por cuanto prevé que si el plazo para revocar vence en día inhábil, se proroga hasta el primer día hábil siguiente, y agrega asimismo que las cláusulas, pactos o cualquier modalidad aceptada por el consumidor durante este período que tengan por resultado la imposibilidad de ejercer el derecho de revocación se tienen por no escritos²⁴⁰. Nuevamente se aprecia la preocupación respecto de la plena eficacia de este derecho en atención al mayor estado de vulnerabilidad que impone al consumidor. Deja en claro que no se acepta la disponibilidad de la facultad de revocar y ello protege los intereses económicos del más débil de la relación de consumo, agravando las obligaciones del proveedor que ve acrecentado su poder en la proyección de su profesionalidad en las consecuencias del contrato que instrumenta el contrato de consumo con la impronta de una modalidad especial. Incluso establece que el proveedor tiene la obligación intransferible e inquebrantable de informar sobre esta facultad, haciéndolo de forma visible y explicitando asimismo, que la omisión a este deber tan especial no importa su inexistencia o extinción²⁴¹, ya que forma parte de un derecho plenamente operativo y que nace del orden público consumeril. Tal falencia simplemente supondrá para el proveedor un palmario incumplimiento que lo hará pasible de las indemnizaciones y/o sanciones que oportunamente se decidan.

²⁴⁰ CCCN. Artículo 1110: Revocación. En los contratos celebrados fuera de los establecimientos comerciales y a distancia, el consumidor tiene el derecho irrenunciable de revocar la aceptación dentro de los diez días computados a partir de la celebración del contrato.

Si la aceptación es posterior a la entrega del bien, el plazo debe comenzar a correr desde que esta última se produce.

Si el plazo vence en día inhábil, se proroga hasta el primer día hábil siguiente.

Las cláusulas, pactos o cualquier modalidad aceptada por el consumidor durante este período que tengan por resultado la imposibilidad de ejercer el derecho de revocación se tienen por no escritos.

²⁴¹ CCCN. Artículo 1111: Deber de informar el derecho a la revocación. El proveedor debe informar al consumidor sobre la facultad de revocación mediante su inclusión en caracteres destacados en todo documento que presenta al consumidor en la etapa de negociaciones o en el documento que instrumenta el contrato concluido, ubicada como disposición inmediatamente anterior a la firma del consumidor o usuario. El derecho de revocación no se extingue si el consumidor no ha sido informado debidamente sobre su derecho.

El Código Civil y Comercial de la Nación estatuye explícitamente la forma y el plazo para que el consumidor notifique la revocación. Así dispone una laxitud de métodos para que éste avise al proveedor respecto de su intención de revocar la operación. Esta es una forma de empoderar al consumidor y prevenir la imposición de requisitos que terminen por tornar ilusoria la facultad de arrepentimiento o le añadan cargos de cualquier especie que la obstaculicen. Aclara el Código que incluso basta la devolución de la cosa al proveedor como medio para efectivizar la revocación sin incurrir el consumidor en daños y perjuicios²⁴².

En cuanto a los efectos que surte la revocación para las partes del contrato, el Código establece la plena liberación de responsabilidad²⁴³. Esta norma busca concretar la vuelta al estado anterior a la conclusión de la relación de consumo, sin detrimentos para el consumidor. Incluso se establece que la mismísima imposibilidad de restituir el bien no implica la privación para el consumidor de efectivizar la revocación, sino que en todo caso, si la causa de tal imposibilidad le es imputable, deberá pagar al proveedor el valor actual del bien, con el límite del valor de adquisición²⁴⁴.

Respecto de la gratuidad de ejercicio de este derecho a arrepentirse y deshacer la operación, el Código Civil y Comercial de la Nación prevé que la facultad analizada no debe importar ninguna clase de costo o gasto para el consumidor, ni siquiera de devolución o envío²⁴⁵. Es parte del riesgo empresario que el proveedor, como profesional que elige esta modalidad comercial, asume para ser elegido por los consumidores potenciales y a tenor de los beneficios que implica, trasunta en coherente y ajustado al principio de corresponsabilidad. Este último se basa en la correspondencia entre derechos y obligaciones para las partes, atravesada por la protección especial que merece el consumidor en el marco de una relación de consumo signada por el desequilibrio estructural que caracteriza la tutela consumeril.

²⁴² CCCN. Artículo 1112: Forma y plazo para notificar la revocación. La revocación debe ser notificada al proveedor por escrito o medios electrónicos o similares, o mediante la devolución de la cosa dentro del plazo de diez días computados conforme a lo previsto en el artículo 1110.

²⁴³ CCCN. Artículo 1113: Efectos del ejercicio del derecho de revocación. Si el derecho de revocar es ejercido en tiempo y forma por el consumidor, las partes quedan liberadas de sus obligaciones corresponsables y deben restituirse recíproca y simultáneamente las prestaciones que han cumplido.

²⁴⁴ CCCN. Artículo 1114: Imposibilidad de devolución. La imposibilidad de devolver la prestación objeto del contrato no priva al consumidor de su derecho a revocar. Si la imposibilidad le es imputable, debe pagar al proveedor el valor de mercado que la prestación tiene al momento del ejercicio del derecho a revocar, excepto que dicho valor sea superior al precio de adquisición, en cuyo caso la obligación queda limitada a este último.

²⁴⁵ CCCN. Artículo 1115: Gastos. El ejercicio del derecho de revocación no debe implicar gasto alguno para el consumidor. En particular, el consumidor no tiene que reembolsar cantidad alguna por la disminución del valor de la cosa que sea consecuencia de su uso conforme a lo pactado o a su propia naturaleza, y tiene derecho al reembolso de los gastos necesarios y útiles que realizó en ella.

Por último, el capítulo bajo análisis explicita las excepciones al derecho de revocación, enumerando los casos en los cuales los consumidores no contarán con esta prerrogativa propia de las modalidades especiales. Vale aclarar que estas previsiones contenidas en el Código no han sido receptadas por la Ley de defensa del Consumidor. En todos los casos refiere a bienes y/o servicios que importan un consumo instantáneo²⁴⁶ que, de aceptar la facultar de revocación, engendrarían un auténtico abuso del derecho por parte del consumidor quien se beneficiaría de los bienes y/o servicios involucrados en la operación, revocando luego y obteniendo la restitución de las sumas que hubiese abonado oportunamente.

A modo de cierre de este análisis del Código Civil y Comercial de la Nación respecto de las modalidades especiales, entendemos necesario referirnos a una norma que si bien no es de exclusiva aplicación a estas operaciones sino a todos los contratos, engendra una disposición que cercena la posibilidad de los consumidores de solicitar la nulidad por abusividad de ciertas cláusulas. Concretamente, el Código establece dos excepciones a la declaración de abusividad de cláusulas, sean o no predisuestas, las referidas a la relación entre el precio del bien o del servicio y su calidad, y las que se relacionan con el reflejo de pautas previstas en los tratados internacionales o normas legales imperativas²⁴⁷. La primera de las excepciones es palmariamente restrictiva y contrapuesta al espíritu protectorio de la Ley de Defensa del Consumidor y de la manda del artículo 42 de nuestra Constitución Nacional. Ello así puesto que ésta última explicita la tutela de los intereses económicos del consumidor en la relación de consumo. Esto solo puede entenderse como una regla de amparo respecto del patrimonio del consumidor, en atención a la ecuación que sostiene el equilibrio entre aquello que se obtiene como beneficio en forma de un bien o servicio a cambio del esfuerzo económico o precio pagado. La justa composición de este término bímembre debe necesariamente asegurar el acceso a la revisión judicial y a su eventual nulificación si es que se prueba que el precio repugna los estándares de calidad esperables. Una interpretación diversa importaría desconocer el sentido mismo de la protección que el convencional

²⁴⁶ CCCN. Artículo 1116: Excepciones al derecho de revocar. Excepto pacto en contrario, el derecho de revocar no es aplicable a los siguientes contratos:

- a) los referidos a productos confeccionados conforme a las especificaciones suministradas por el consumidor o claramente personalizados o que, por su naturaleza, no pueden ser devueltos o puedan deteriorarse con rapidez;
- b) los de suministro de grabaciones sonoras o de video, de discos y de programas informáticos que han sido decodificados por el consumidor, así como de ficheros informáticos, suministrados por vía electrónica, susceptibles de ser descargados o reproducidos con carácter inmediato para su uso permanente;
- c) los de suministro de prensa diaria, publicaciones periódicas y revistas.

²⁴⁷ CCCN. Artículo 1121: Límites. No pueden ser declaradas abusivas:

- a) las cláusulas relativas a la relación entre el precio y el bien o el servicio procurado;
- b) las que reflejan disposiciones vigentes en tratados internacionales o en normas legales imperativas.

constituyente pretendió dar, circunscribiendo la obligación de la calidad y eficiencia exclusivamente a los proveedores de los servicios públicos. Si no es factible discutir una cláusula que enlaza el precio con la calidad, se sujeta al consumidor a un sinnúmero de potenciales cláusulas abusivas que redundarán en enriquecimientos sin causa para los proveedores que se aprovechen de esa especie de franquicia que el Código les otorga.

8. El consumo en entornos digitales en Argentina

8.1. Evolución del consumo en entornos digitales

Comencemos por reconocer que a lo largo de la historia es dable identificar cuatro revoluciones industriales que implicaron cambios no solo en la forma de producir y comercializar, sino que en torno a ellas se construyeron modos de organizar el consumo y establecieron una cultura propia en función de la ideología que lo sustentaba, incidiendo en la caracterización del acto de consumo y en su vinculación con las necesidades, gustos y valores.

Así, la Primera Revolución Industrial podemos ubicarla en la segunda mitad del siglo dieciocho, la Segunda durante el siglo diecinueve, la Tercera hacia fines del siglo veinte y la cuarta es a la cual asistimos en la actualidad y que viene desarrollándose ágilmente desde hace más de dos décadas. La explosión de la computación y sus múltiples beneficios en términos de celeridad en el procesamiento y circulación de la información, propias de la Tercera Revolución Industrial, potenciadas por el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación, la irrupción de las redes sociales y su uso aplicado al consumo y a su difusión, junto al desarrollo de mecanismos de pago digital, ejes de la Cuarta Revolución Industrial, han supuesto un espacio de franco crecimiento del mercado digital como ámbito inmaterial en el cual se concretan las relaciones de consumo. Como sostiene el Dr. Schwab²⁴⁸, la Cuarta Revolución comenzó a principios de este siglo y tuvo como base la revolución digital. Está caracterizada por un internet mucho más móvil y mundial, por sensores más pequeños y más potentes, y por inteligencia artificial y aprendizaje automático. De tal suerte, lo que motoriza esta nueva etapa económica y cultural, son los datos, como bien inmaterialpreciado. Las personas que utilizan internet voluntaria o compulsivamente para poder consumir comparten a

²⁴⁸ Schwab, Klaus. La cuarta revolución industrial. Editorial Debate. 2016.

través de la red, información que se transforma en un activo cuantificable que a la vez, reposiciona a los consumidores potenciales en un grado determinado de vulnerabilidad respecto de los proveedores en el mercado digital.

De lo explicitado puede percibirse un choque entre el mundo físico y el mundo digital, dado que los consumidores pasan cada vez más tiempo dentro del segundo, pues allí encuentran la posibilidad de desarrollar su trabajo, educarse, realizar trámites, vincularse afectivamente, entretenerse, adquirir bienes y servicios, y hasta acceder a la atención sanitaria a distancia. Los entornos digitales son escenarios cada vez más habituales para el desarrollo de relaciones de consumo, en los que la vulnerabilidad estructural de los consumidores en el mercado se ve especialmente acentuada ante la anti naturalidad del hecho tecnológico, el control del medio por el proveedor y la exposición a riesgos y peligros propios o amplificadas (phishing, piratería, proveedores anónimos, estafas, etc.)²⁴⁹.

Para Linares López, “hoy el consumidor quiere estar siempre conectado, tiene un comportamiento multitarea al compartir su tiempo entre diferentes medios y frecuentemente los simultánea. Ese mismo consumidor, por otro lado, tiende a personalizar su patrón de consumo, desagregando los contenidos para seleccionar sólo lo que le interesa, confecciona sus propias programaciones eliminando o reagrupando contenidos, y elige dónde y cuándo consumir. Además el usuario utiliza las comunicaciones para crear y compartir contenidos con familia, amigos y audiencias más amplias”²⁵⁰. Para Linares López, Internet sigue siendo el medio por excelencia que utilizan los usuarios para informarse y entretenerse, así como para el consumo de contenidos digitales. Los ciudadanos y las empresas invierten más tiempo en los nuevos formatos online, como los blogs, la mensajería instantánea, las comunidades virtuales o los intercambios P2P. Este último tipo de aplicaciones ha supuesto una explosión del intercambio de ficheros, principalmente de vídeo, audio, software y juegos, incentivándose en algunos casos a los usuarios a compartir todos sus ficheros según la regla de que quién más comparte más recibe.

Explica Lorenzetti qué es el contrato electrónico y lo caracteriza al sostener que "el contrato electrónico se caracteriza por el medio empleado para celebrarlo, cumplirlo o ejecutarlo, sea en una o en las tres etapas en forma total o parcial (...). El contrato puede ser celebrado digitalmente en forma total o parcial: en el primer caso, las partes elaboran y envían

²⁴⁹ Barocelli, Sergio. La protección de consumidores en entornos digitales en las recientes reglamentaciones de la Secretaría de Comercio Interior. Diario Civil y Obligaciones Nro. 242. 2020.

²⁵⁰ Linares López, Julio. El consumidor en el nuevo entorno digital. Revista Bit N° 161. 2007. Disponible en <https://www.coit.es/sites/default/files/archivobit/pdf/8-9pdf.pdf>

sus declaraciones de voluntad (intercambio electrónico de datos o por una comunicación digital interactiva); en el segundo, solo uno de estos aspectos es digital: una parte puede elaborar su declaración y luego utilizar el medio digital para enviarla; se puede enviar un mail y recibir un documento escrito para firmar. Puede ser cumplido total o parcialmente en medios digitales: en el primer caso, se transfiere un bien digitalizado y se paga con 'moneda digital'; en el segundo, se envía un bien digital y se paga con un cheque bancario, o se envía un bien físico por un medio de transporte y se paga con transferencias electrónicas de dinero”²⁵¹. También se ha dicho que el comercio electrónico está "constituido por un intercambio de datos por medios electrónicos relacionados con la actividad comercial habitual del proveedor, como la compraventa de bienes o prestación de servicios, lo que incluye las tratativas (negociaciones) precontractuales y la prosecución de éstas, lo que supone la celebración del contrato y el pago electrónico”²⁵². En definitiva, el comercio electrónico implica todo tipo de intercambio de bienes y servicios pactados total o parcialmente a través de medios electrónicos dentro de la categoría reconocida como B2C (business to consumers): transacciones entre empresas y consumidores. Quaglia agrega un elemento que aparece expresamente previsto en el Código Civil y Comercial de la Nación y que normalmente se verifica en el consumo en entornos virtuales o digitales, nos referimos a la conexidad contractual, la cual determina que para la realización de un negocio único se celebra, entre las mismas partes o partes diferentes, una pluralidad de contratos autónomos, vinculados entre sí, a través de una finalidad económica supracontractual que puede verificarse jurídicamente en la causa subjetiva u objetiva, en el consentimiento, en el objeto o en las bases del negocio. Así, “la satisfacción del interés perseguido se desarrolla a través de varios contratos (autónomos, sean principales y/o accesorios, contrato y/o subcontrato, preparatorio y/o definitivo, donde cada uno de ellos deberá integrarse con sus elementos configurantes, ser válido y tener la virtualidad jurídica de generar su eficacia plena) coligados dentro de un sistema”²⁵³.

Aporta Talamoni²⁵⁴ en su tesis que “el conocimiento y la información han sido decisivos en la economía desde hace mucho tiempo, como bien saben los empresarios, y que

²⁵¹ Lorenzetti, Ricardo. Comercio electrónico. Editorial Abeledo-Perrot. 2001.

²⁵² Stiglitz, Rubén y Stiglitz, Gabriel. Contratos por adhesión, cláusulas abusivas y protección al consumidor. Editorial La Ley. 2012.

²⁵³ Quaglia, Marcelo. En BUERES, Alberto J. Código Civil y Comercial de la Nación y normas complementarias. Análisis doctrinal y jurisprudencial. Editorial Hammurabi. 2018.

²⁵⁴ Talamoni, Pablo. Ob. Cit. Ut Supra.

lo que ha cambiado es el salto cualitativo que permiten las nuevas tecnologías en la velocidad y capacidad en el tratamiento de la información: quien tiene la información adecuada y la tecnología para utilizarla es más productivo y más competitivo. Este simple hecho cambia el mapa económico del mundo y el futuro de los individuos, incluidos nuestros hijos” Añade que “la economía de la sociedad de la información es global. Pero no todo es global, sino las actividades estratégicamente decisivas: el capital que circula sin cesar en los circuitos electrónicos, la información comercial, las tecnologías más avanzadas, las mercancías competitivas en los mercados mundiales, y los altos ejecutivos y tecnólogos. Al mismo tiempo, la mayoría de la gente sigue siendo local, de su país, de su barrio, y esta diferencia fundamental entre la globalidad de la riqueza y el poder y la localidad de la experiencia personal crea un abismo de comprensión entre personas, empresas e instituciones”. Nótese cómo es posible sumar a la caracterización del consumo en entornos virtuales, las componentes del conocimiento y de la información, que terminan por incardinarse en lo inextricable del continuo de habilidades necesarias en el haber de los adultos mayores para enfrentar los actos de consumo en este especial ámbito cambiante y vertiginoso, en respuesta a las estrategias agresivas de los proveedores avezados en las sutilezas de los vericuetos que pueden tallarse en la relación de consumo mediada por la tecnología.

8.2. Algunas definiciones propias del consumo en entornos digitales.

A partir del crecimiento continuo del consumo en estos espacios digitales, se han intentado perfilar a los consumidores que participan del mercado virtual, pensando en el ideal de sujeto interviniente. A continuación esgrimiremos brevemente la definición y caracteres del consumidor on line. Dice el ingeniero Sánchez Aspajo²⁵⁵ que se trata de un usuario familiarizado con la tecnología, sus ventajas, sus inconvenientes y sobre todo sus peligros, en permanente contacto con ella y esperando encontrar todos los productos y servicios en la palma de su mano. Es un usuario que produce, descubre, aprende y se divierte haciendo uso de diferentes dispositivos y del vídeo como formato preferido de los contenidos, compartiendo sus opiniones en redes sociales o foros en Internet.

Nótese que para este ingeniero, las personas que consumen dentro del mercado virtual acceden a la totalidad de la información y conocimientos para involucrarse en actos de

²⁵⁵ Sánchez Aspajo, Pedro. El consumidor en la era digital. Facultad de Ingeniería de Sistemas e Informática. Universidad Nacional de la Amazonia Peruana. 2015. Disponible en <https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/20.500.12737/5853>

consumo en ese medio, minimizando riesgos y maximizando beneficios. Claramente se trata de un modelo teórico que en todo caso servirá como estándar para calcular desvíos respecto de la realidad verificada y eventualmente proponer mecanismos de atención y mejora sobre los mismos.

En cuanto a las características de este colectivo de consumidores, Sánchez Aspajo aporta:

- ❖ Busca varios canales de comunicación y que sean simples: Busca poder contactar con las empresas que quiera desde varios canales, en cualquier momento. Cuanto más fácil sea acceder a esos canales y más simples utilizarlos será mejor. Por ejemplo, una página web que contenga un email de atención al cliente, un formulario o un chat en vivo.
- ❖ Es local: A pesar de que el Internet ha dado paso a un mercado global, los consumidores online suelen comportarse de un modo típico en función de donde residen o proceden. Así, los negocios online deben tener en cuenta el lugar donde operan y ofrecer productos y servicio en función de esos clientes. También deben comportarse e interactuar con los usuarios de una forma adecuada a aquella zona. Agregamos aquí que el BtoC internacional ha evolucionado simplificándose y por ende, posibilitando que consumidores locales se involucren en relaciones de consumo con proveedores del exterior. Ello supone un desafío especial puesto que a los efectos de su tratamiento deberá acudir al derecho internacional privado y a sus principios rectores.
- ❖ Busca atención al cliente las 24 horas: Los consumidores online quieren que las marcas respondan con rapidez cuando tienen una pregunta, duda o queja. Quieren ser escuchados y son capaces de escribir opiniones muy negativas en Internet de una empresa determinada si reciben una mala atención al cliente. Las redes sociales son un canal muy adecuado para poder atender a los clientes más allá del horario comercial de la compañía e incluso durante las 24 horas del día. Por eso las empresas deben tener perfiles en varias redes sociales y estar bien atentas a sus clientes y potenciales clientes. Estos consumidores quieren ser escuchados y además atendidos de forma personalizada y efectiva.
- ❖ Espera experiencias de compra completas: Para que las empresas puedan conseguirlo deben conocerlos muy bien. Por eso es vital que hagan encuestas a sus clientes, ya sea a través de la web o de las redes sociales y, en general, interactúen con ellos en cualquiera de los puntos de contacto con la compañía.

Cuanta más información conozcan los consumidores online mejor los podrán atender y más satisfechos estarán. Nótese aquí que ese caudal de datos sobre los potenciales consumidores debe necesariamente gozar de la especial protección prevista en la Constitución Nacional, de la Ley de Protección de Datos Personales y del trato digno de la Ley de Defensa del Consumidor y del Código Civil y Comercial de la Nación, además de la tutela contenida en el resto del Sistema Jurídico Consumeril.

- ❖ **Quiere ofertas exclusivas:** En Internet suele haber una extensa oferta de productos a precios reducidos. De hecho, hay muchos consumidores que compran online sólo porque pueden encontrar precios más baratos que en los comercios físicos. Los nuevos consumidores quieren ofertas personalizadas y exclusivas en Internet. Los consumidores online están cada vez más cómodos con los medios digitales, existen consumidores que llevan años usando Internet para comprar productos y servicios. Las cifras del comercio electrónico crecen a pasos agigantados pues las personas cada vez están más convencidas de que realizar operaciones por ese medio es seguro, incluso más que ir acudir a la misma tienda. Los consumidores online lo quieren todo y lo quieren rápido, en el mundo digital donde todo avanza a mil por hora y donde con una búsqueda y un click tienen acceso a cientos de opciones. El tiempo es un bien muy preciado, así es que los consumidores quieren poder ver la información relevante y escanear antes de decidir pasar más tiempo. Los consumidores online satisfechos son infieles. El hecho de que Internet sea transparente e inmediato no significa que los clientes dejen de ser leales a sus marcas o productos favoritos, pero es fácil que cambien, pues pueden literalmente con un click, comparar productos o servicios competidores y acceder a críticas y comentarios de otros usuarios. Al final, tomarán la mejor decisión para ellos, sin importar cuánto tiempo lleven usando el producto o servicio. Vale aclarar nuevamente, que el Ingeniero Sánchez Aspajo delinea el perfil que estamos caracterizando en base a un sujeto ideal y en general, orientado hacia nativos digitales. Como vimos anteriormente, los adultos ancianos no necesariamente participan de estas cualidades y deciden sus actos de consumo en base a otros parámetros y estándares diversos.

Es útil recorrer la tipología de consumidores construida desde el abordaje interdisciplinario del consumo en entornos digitales:

- Compradores Digitales Sociales (Social Digital Shoppers): Tienen como característica común ser muy activos en redes sociales, en donde comparten sus gustos, opiniones y experiencias. Las aplicaciones móviles son su herramienta de confianza para realizar compras y ubicar los productos que son de su interés. La mayoría de estos usuarios son menores de 35 años.
- Compradores Adictos Sociales (Digital Shopaholics): Se adaptan fácilmente a las nuevas tendencias de las compras por internet (early adopters) y es de su gusto experimentar con estas nuevas maneras. Son los que más compran en las seis categorías de alimentación, salud, cuidado personal, moda, artesanías y electrónica, y lo hacen a través de casi cualquier medio digital, aplicaciones y otras tecnologías instaladas en el punto de venta.
- Compradores Online Ocasionales (Occasional Online Shoppers): Consumidores que rara vez realizan una compra online, pero cuando lo llegan a hacer, utilizan los medios digitales para hacer un seguimiento de la compra y el proceso de envío. Son compradores mayores de 45 años.
- Compradores Racionales Online (Rational Online Shoppers): Son considerados como el segundo segmento por debajo de los compradores sociales digitales más activo en realizar compras online y utilizar las diversas plataformas que el comercio en línea ofrece. Sin embargo, el interés que tienen en las aplicaciones y redes sociales como punto de referencia para las compras es menor.
- Buscadores de Valor (Value Seekers): No están especialmente interesados en realizar compras online ni en el uso de las nuevas tecnologías, pero si son sensibles a los bajos precios que la web puede ofrecer y compran con base en este sentido.
- Compradores Tecno-tímidos (Techno-Shy Shoppers): Este segmento está conformado tanto por personas adultas como por jóvenes que en su mayoría habitan en países europeos. Su característica principal es que les causa incomodidad realizar compras mediante las nuevas tecnologías, por lo que prefieren consultar precios y demás atributos de los productos en línea, y dirigirse al punto de venta para adquirirlos.

Para cerrar el vasto análisis sobre quién es el consumidor que se involucra en relaciones de consumo en entornos digitales, veamos ahora si existe segmentación y qué categorías podemos encontrar. Aclaremos primeramente que los segmentos son grupos de consumidores con un interés similar por ciertos tipos de productos o servicios. Los segmentos se basan en comportamientos de consumo, cuestiones demográficas y estilos de vida. Segmentar es una tarea clave para los proveedores que operan en entornos virtuales, pues ello les permite enfocar sus recursos en función del público objetivo. Partiendo de segmentos más amplios y, a través de la microsegmentación, se pueden determinar las características de un grupo que comparte características muy concretas. La cantidad de información que Internet proporciona sobre los consumidores actuales y potenciales permite analizar a través de múltiples herramientas las tendencias, preferencias, comportamientos de los consumidores y asimismo, desarrollar modelos predictivos que pronostican el comportamiento de los clientes. Segmentación de consumidores en entornos virtuales:

Analógicos: Formados por personas que no están dispuestas y/o son incapaces de usar tecnologías digitales. Tal vez fueron usuarios digitales capaces pero que decidieron “desconectarse” debido a la preocupación por la privacidad personal o la búsqueda del equilibrio en la vida.

Aspiracionales: Aquí están los usuarios embrionarios de los segmentos móviles y sociales ansiosos por aprender lo básico, de tal manera que parezcan expertos. Estos individuos constituyen un grupo cuya implicación tendrá lugar por medio de compañeros con capacidades más avanzadas. Aprenden lo suficiente para salir adelante después de ver a sus amigos haciendo alguna cosa que consideren moderna o de valor.

Tradicionales: Estos son usuarios dispuestos a adoptar buena parte de las soluciones digitales que les permitan disfrutar de beneficios a corto plazo. Los tradicionales representan la parte intermedia del mercado, lista para dejarse llevar por comportamientos y resultados buenos para ellos y para otros.

Paranoicos: Son clientes cautelosos muy preocupados por la seguridad de sus datos y que necesitan ser persuadidos para creer que compartir los datos es algo positivo.

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

Camaleones: Este grupo está formado por usuarios expertos que cambian su comportamiento digital y la manera de compartir datos para adecuarse a cada situación y a sus intereses personales. Asumen una posición defensiva en relación a sus datos cuando perciben que el beneficio a recibir es limitado o cuando el nivel de confianza es bajo. Los camaleones se informan acerca de las políticas de privacidad de las diferentes marcas y se aseguran de que comparten sólo lo que necesitan compartir. Será preciso que exista una proposición de valor muy fuerte o que los controles de privacidad sean transparentes para que se involucren con interacciones muy personalizadas.

Nómadas digitales: Las personas de ese segmento quieren realmente llevar su perfil digital a cualquier lugar, sea cual sea el escenario. Ellas están dispuestas a compartir datos mediante la promesa de un beneficio futuro para ellas o para un grupo mayor. Los Nómadas digitales esperan, de hecho, que las empresas no sólo vean sus datos, sino que los use también para proporcionar al usuario una experiencia excepcional, además de beneficios significativos para ellos y para otros usuarios como ellos.

E-Gurú es el experto en consumo de la era digital. Es activo a nivel online y dedica mucho tiempo y energía a recomendar o criticar marcas y productos. El e-gurú es un nuevo tipo de influenciador que surge de la revolución digital, la cual le ha permitido opinar y compartir en tiempo real.

Por último refirámonos a un sujeto novedoso que se involucra en la relación de consumo mediada por la tecnología de la información trayendo oportunidades promocionales para los proveedores a partir del lugar de confianza, credibilidad y reconocimiento que aquél ostenta en la percepción de los consumidores potenciales. Este operador de marketing es conocido como “influencer” y si bien es cierto que en el mercado físico ya tenía un espacio importante posicionando bienes y servicios a partir de su imagen, de su voz y de su opinión, en el consumo mediado por las TICs su presencia se ha potenciado, transformándose en verdaderos gurús de la toma de decisión de consumo, proyectando su alcance a partir de recomendaciones y opiniones que pueden o no recoger experiencias personales respecto de los bienes o servicios que promueve.

Dice Matteri²⁵⁶ que en la actualidad acotar tiempos es esencial y que en “esta ecuación de aprovechar el tiempo al máximo aparecen en escena las redes sociales y los entornos digitales. Informarse, leer, comparar prestaciones de un producto con otro, estudiar que material es más noble en la construcción de determinado bien, todo esto es una actividad que requiere, además de voluntad, un factor crucial: tiempo. Y, el tiempo, en esta sociedad actual es algo que escasea. Entonces ¿Qué es más fácil que leer? una imagen, pues como dice el dicho una imagen vale más que mil palabras; y la lógica actual marcha al compás de la venta solo de la imagen ej: redes sociales, historias de I.G, estados de WhatsApp, hasta tenemos apps donde la elección de personas es solo por la imagen: Tinder. Se consume una imagen, una faz vacía de todo tipo de contenido, se consume lo que es "estéticamente bello" para los cánones actuales de consumo. Todo esto responde a la sociedad de la inmediatez que vivimos, donde, el tiempo es la esencia. Ahora bien, ¿qué es mejor que solo una imagen? Que esa imagen me sea relatada por un tercero: y allí es donde aparecen los influencers”. Así, los define como las personas físicas que actuando bajo su nombre o un pseudónimo, de forma habitual y en una red social, ostentando un grupo de seguidores directos e indirectos; realizan recomendaciones sobre el consumo de bienes, servicios, tendencias, moda y estilo de vida. Su espectro de influencia es en las redes sociales y sus destinatarios son sus seguidores.

Barocelli²⁵⁷ dice que para identificarlos se pueden tener en cuenta determinados parámetros, como el alcance (cantidad de seguidores), la relevancia (influencia en los temas de interés que proponen) y la resonancia (el impacto que tienen sus mensajes, que puede ser cuantificado en las interacciones de sus seguidores). Este autor explica que la publicidad, regulada en la ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, es segmentada en publicidad y publicidad no tradicional (PNT). Se entiende por la primera "Toda forma de mensaje que se emite en un servicio de comunicación audiovisual a cambio de una remuneración o contraprestación similar, o bien con fines de autopromoción, por parte de una empresa pública o privada o de una persona física en relación con una actividad comercial industrial, artesanal o profesional con objeto de promocionar, a cambio de una remuneración,

²⁵⁶ Matteri, Juan. Influencers y relación de consumo: su responsabilidad en el derecho del consumidor. 2021. Disponible en: <http://www.saij.gov.ar/juan-ignacio-cruz-matteri-influencers-relacion-consumo-su-responsabilidad-derecho-consumidor-dacf210224-2021-12-16/123456789-0abc-defg4220-12fcanirtcod?&o=2&f=Total%7CFecha%7CEstado%20de%20Vigencia%5B5%2C1%5D%7CTema/Actividades%20econ%F3micas/actividad%20comercial%7COrganismo%5B5%2C1%5D%7CAutor%5B5%2C1%5D%7CJurisdicci%F3n%5B5%2C1%5D%7CTribunal%5B5%2C1%5D%7CPublicaci%F3n%5B5%2C1%5D%7CColecci%F3n%20tem%E1tica%5B5%2C1%5D%7CTipo%20de%20Documento/Doctrina&t=26>

²⁵⁷ Barocelli, Sergio y Marhaba, Débora. Los influencers como nueva forma de publicidad y la protección de los consumidores. Editorial La Ley. 2020.

el suministro de bienes o prestación de servicios, incluidos bienes, inmuebles, derechos y obligaciones". En cambio la PNT es "Toda forma de comunicación comercial audiovisual consistente en incluir o referirse a un producto, servicio o marca comercial de manera que figure en un programa, a cambio de una remuneración o contraprestación similar". Barocelli sostiene que podemos incluir en el concepto de publicidad no tradicional a toda persona física, en este caso el influencer, que utilice medios virtuales para promocionar o referirse a un producto, servicio o marca comercial, a cambio de una remuneración o contraprestación similar. Este parafraseo resulta necesario, toda vez que protege al consumidor de los potenciales riesgos y daños que puede sufrir, tanto en su persona como en su patrimonio, por parte de los productos o servicios de las empresas y de quienes lo promocionan a cambio de una remuneración, ya sea en dinero o contraprestación similar.

Afirma Matteri que "En lo que es normativa propia de consumo encontramos que el art. 7 y 8° de la Ley 24240 como integradores de la publicidad al contrato. El art 7 indica el carácter vinculante de la oferta que obliga a quien la emite durante el tiempo que se realice, debiendo tener fecha precisa de comienzo y finalización, así como sus modalidades, condiciones o limitaciones. El art. 8 de la mencionada norma, en un mismo sentido que el Art. 1103 del CCYC, dispone que 'Las precisiones formuladas en la publicidad o en anuncios, prospectos, circulares u otros medios de difusión se tienen por incluidas en el contrato con el consumidor y obligan al oferente'. Para completar el art. 11 de la Ley de Defensa del Consumidor hace mención a la identidad que se debe dar entre lo ofrecido y lo entregado. Es así que, a los fines de que la publicidad se ajuste a Derecho podemos indicar que lo que se muestra, lo que se promete y lo que se informa resulta obligatorio para con los consumidores, incluidos también los potenciales consumidores"²⁵⁸.

En el entorno virtual, y especialmente en el consumo montado en las redes sociales, el influencer aparece como atractivo promotor capaz de influenciar en la voluntad de los consumidores, traccionando hacia la concreción de operaciones diversas. Aquí existe un espacio de debate respecto de si estos sujetos ingresan o no en la categoría de proveedor, constituyéndose en un eslabón más de la cadena de producción, distribución y comercialización. Esto propone teorizar en torno a su potencial responsabilidad por daños frente a los consumidores a quienes su tarea sedujo y encaminó hacia el consumo de determinado bien o servicio promocionado por el influencer. Hasta tanto la normativa lo describa e identifique formalmente como tal, parece evidente al menos exigirle que

²⁵⁸ Matteri, Juan. Ob. Cit. Ut Supra.

cumplimiento con algunas obligaciones que surgen del Sistema Jurídico Consumeril, como ser el deber de información y el trato digno y equitativo. Ello así dado que el mensaje, sea escrito, verbalizado o una mera imagen, debe necesariamente consumir esas obligaciones de información y no discriminación, aclarando si ese mensaje es el resultado real de una experiencia consecuencia de haber consumido ese bien o servicio, o es por el contrario solo una publicidad que involucra alguna clase de estipendio para el influencer. Este distingo parece apropiado puesto que vedar de plano la posibilidad de que un sujeto recomiende un bien o servicio sería violentar la libertad de expresión garantizada por nuestra Carta Magna y los Tratados Internacionales con Jerarquía Constitucional, privando a los potenciales consumidores del resultado de la experiencia personal de alguien que puede constituir un activo importante para socorrerlo en la formación de su voluntad en pos de concretar relaciones de consumo razonadas, previsibles y responsables.

8.3. El adulto mayor en su rol de consumidor en el entorno digital.

Los adultos mayores son migrantes en el mundo virtual dado que se han desenvuelto en el mundo físico signado por reglas y modelos que no encajan en el entorno digital. Los comportamientos de aquel espacio que les es propio están incorporados e invisibilizados en su propia estructura social como ser humano, naturalizados hasta tal punto que para incorporarse al entorno digital debe necesariamente deconstruirse, aprender y aprehender nuevas reglas, vocabulario y conductas que informan la cultura del espacio virtual en general y de las relaciones de consumo virtuales en particular. Ese proceso de aprendizaje y adopción gradual puede generar contrastes e inconsistencias que el estado debe abordar, desanudando los escollos y allanando cualquier complejidad que mine la posibilidad real de acceso de este colectivo al consumo, teniendo siempre presente que, como sostiene Andreasson²⁵⁹, la inclusión digital se considera, entonces, una manera de promover la inclusión social.

Para Cardozo, Martin y Saldaño²⁶⁰, la resistencia de los mayores al uso de tecnología no es infundada, ya que en base a los prejuicios existentes frente a la vejez, se ha construido una barrera entre las personas mayores y las tecnologías, lo que no es responsabilidad única

²⁵⁹ Andreasson, Kim. *Digital Divides: The New Challenges and Opportunities of e-Inclusion*. Editorial Routledge. 2015.

²⁶⁰ Cardozo, Claudia; Martin, Adriana y Saldaño, Viviana. *Los adultos mayores y las redes sociales: Analizando experiencias para mejorar la interacción*. ICT-UNPA. Vol. 9 N° 2. 2017. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6089345>

de ellos sino de la sociedad en su conjunto. Parte del rechazo de los adultos mayores a las nuevas tecnologías se debe al miedo de adentrarse en un mundo demasiado complejo para ellos, a su sentimiento de desfase, a los altos costes que conllevan, a que la publicidad no va dirigida a ellos, supone un esfuerzo mucho mayor que el resto para adaptarse y evolucionar al mismo tiempo que la sociedad. Así, las nuevas tecnologías se han convertido en una herramienta de vital importancia para el desarrollo de la población adulta mayor, ya que otorga muchas facilidades sociales, educativas, laborales, culturales, económicas y hasta funcionales en algunos casos donde se presenta la dependencia, ya que favorecen la comunicación, la interacción social y el juego, ayudando de esta manera a hacer más fácil la vida para la sociedad en general y en especial para las personas adultas mayores.

Sunkel y Ullman²⁶¹ siguiendo a Selwyn y a Facer²⁶², explican que la brecha digital existente entre los nativos e inmigrantes digitales, supone un concepto dicotómico que se utilizó por primera vez en los años noventa para hacer referencia a la brecha que se estaba creando entre los países, los grupos sociales y las personas que tenían acceso a las tecnologías digitales y los que no lo tenían. Precisamente, Prensky²⁶³ se refirió a la importancia de distinguir entre los nativos digitales y los inmigrantes digitales. El autor señala que los primeros - niños y jóvenes que nacieron y crecieron en la era digital - se caracterizan por una continua y prolongada exposición a los medios digitales y por el grado en que los integran (naturalmente) a sus actividades cotidianas. Los inmigrantes digitales, en cambio, son aquellos que no nacieron en el mundo digital y han tenido que adaptarse al nuevo entorno, esta categoría incluye a las personas mayores que vienen de un “entorno” cultural distinto y han tenido que lidiar con las innovaciones tecnológicas para tratar de incluirlas en su vida diaria²⁶⁴.

²⁶¹ Sunkel, Guillermo y Ullman, Heidi. Las personas mayores de América Latina en la era digital: superación de la brecha digital. Revista CEPAL. 2019. Disponible en <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44580-personas-mayores-america-latina-la-era-digital-superacion-la-brecha-digital>

²⁶² Selwyn, Neil y Facer, Keri. Beyond the Digital Divide: Rethinking Digital Inclusion for the 21st Century. Ed. Futurelab. 2007. Disponible en <https://www.nfer.ac.uk/media/1818/futl55.pdf>

²⁶³ Prensky, Mark. Digital natives, digital immigrants. On the Horizon vol. 9, N° 5. Disponible en [https://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](https://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)

²⁶⁴ Piscitelli, Alejandro. Nativos digitales: dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación. Editorial Santillana. 2009.

En consonancia con el aporte de Sunkel y Ullman, y acorde al pensamiento de Selwyn²⁶⁵, el acceso a los medios digitales y su utilización dependen de las características particulares de cada persona. El autor examina diversos factores que pueden influir en la decisión de quienes no son usuarios (o “no están en línea”) de no utilizar medios digitales. Estos factores incluyen: discursos de deficiencia material y cognitiva, tecnofobia, rechazo ideológico y teoría de la difusión. Con respecto al primer factor, Selwyn plantea que los discursos de restricciones materiales se relacionan con recursos económicos y materiales. Para algunas personas - sobre todo las que se encuentran en condiciones menos favorables - el costo de un dispositivo digital podría determinar la calidad del dispositivo adquirido, o incluso si se adquiere un dispositivo. Sin embargo, el acceso a medios digitales es irrelevante si hay limitaciones en cuanto a su uso. Selwyn afirma que los discursos de deficiencia cognitiva están relacionados con la capacidad intelectual y los conocimientos tecnológicos, y que las actitudes hacia las nuevas tecnologías se tornan más positivas a medida que las personas van adquiriendo más experiencia en su utilización. En cuanto al segundo factor - la tecnofobia, entendida como el miedo (y la aprehensión) de una persona a la tecnología, en particular a las consecuencias de su uso -, Selwyn observa una correlación significativa con ciertas características individuales, tales como el género y la edad. Así, para Sunkel y Ullman, el sentimiento de ansiedad que habitualmente produce la tecnofobia puede desaparecer en la medida en que aumente la interacción con la tecnología. A este respecto, los autores hacen pie en Van Deursen y Van Dijk²⁶⁶, quienes señalan que las características personales pueden incidir en la motivación, el acceso, los conocimientos y el uso de los medios digitales. El tercer factor - el rechazo ideológico - refleja una opción individual de las personas que, aun cuando estén en condiciones de hacerlo, no desean relacionarse con la tecnología. Por último, Selwyn sostiene que la teoría de la difusión puede explicar la reticencia de quienes no la utilizan a comprar y adoptar una tecnología que pronto será reemplazada por otra más nueva en el mercado. Siguiendo esta línea de pensamiento, la brecha digital no solo impide al acceso a servicios, a prestaciones, a operaciones financieras por muy sencillas que las mismas sean, sino también una merma o erosión o la libertad y la autonomía de las personas, sobre todo, las más vulnerables. Brecha digital y deshumanización no son conciliables, también si no existe una necesaria pedagogía y atención especial a esos colectivos precisamente en esos ámbitos

²⁶⁵ Selwyn, Neil. *Apart from technology: understanding people's non-use of information and communication technologies in everyday life*. Technology in Society. vol. 25, N° 1. Ed. Elsevier. 2003.

²⁶⁶ Van Deursen, Alexander. y van Dijk, Jan. *Digital Skills: Unlocking the Information Society*. Editorial Palgrave Macmillan. 2014.

donde más necesitan asesoramiento, ayuda, información, concreción, sencillez y transparencia²⁶⁷.

Por otra parte, Sunkel y Ullman aportan el enfoque de Castaño²⁶⁸ quien afirma que, si bien la brecha digital puede parecer de carácter tecnológico, es más bien de tipo social²⁶⁹. Esto se debe a que la brecha digital, entendida como la desigualdad en el acceso y uso de Internet entre las generaciones, se interrelaciona con otros factores que inciden en la exclusión social (como los recursos económicos, la disponibilidad de tiempo, los conocimientos, las aptitudes y el bagaje cultural y lingüístico). La brecha digital puede explicarse por los distintos intereses, necesidades, experiencias, actitudes y valores de cada grupo de edad. La percepción respecto de la utilidad de una tecnología para determinada actividad condicionará el grado de interacción de una persona con dicha tecnología e incluso su reticencia a utilizarla. En este sentido, el grado de uso de Internet dependerá de cómo, por quién y por qué se utiliza, dando lugar a la llamada segunda brecha digital, que afecta el tipo de uso (en términos de intensidad y variedad) y está determinada por el acceso de las personas a una computadora y a Internet, y sus aptitudes para usar estas herramientas.

Como puede verificarse, este colectivo ve magnificada su vulnerabilidad frente a un proveedor agudamente tecnificado y profesionalizado, corriéndose hacia un desequilibrio aún más extremo y sumiendo a esta categoría de consumidores en un plano de intersección entre dos o más vulnerabilidades: el ser consumidores y adultos mayores, con la potencialidad de incurrir en más criterios que agraven su condición, como ser la discapacidad, la pobreza, etc. Zacarías²⁷⁰, siguiendo a Urresti²⁷¹ dice que “la realidad social es un conjunto de capas de experiencia históricas superpuestas entre sí, que provienen de distintos momentos y épocas, pero que funcionan simultáneamente en una compleja interacción”. A fin de ejemplificar hasta qué extremo en este entorno se produce una mayor vulnerabilidad, Zacarías comenta el caso de la variación de Tasas de interés aplicadas a los consumidores de plataformas

²⁶⁷ Veiga Copo, Abel. Mayores y vulnerables: la exclusión en la revolución tecnológica. Cinco Días. El País Economía. El Foco. 2022. Disponible en https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/03/08/opinion/1646743945_302418.html

²⁶⁸ Castaño, Cecilia. La segunda brecha digital. Castaño (coord.). Editorial Cátedra. 2008. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=305243>

²⁶⁹ <https://noticias.uai.cl/el-consumo-de-servicios-digitales-de-adultos-mayores-y-su-efecto-en-el-bienestar/>

²⁷⁰ Zacarías, Yamil. Consumidores Hipervulnerables Digitales. 2021. Disponible en <https://www.estudioportela.com.ar/publicaciones/51-consumidores-hipervulnerables-digitales>

²⁷¹ Urresti, Marcelo. Las cuatro pantallas y las generaciones jóvenes. 2012. Disponible en <https://docplayer.es/65326196-1-las-cuatro-pantallas-y-las-generaciones-jovenes.html>

“Fintech”, que según el resultado de perfil que arroje la Inteligencia Artificial (IA) aplicada sobre el consumidor, la tasa de interés podría variar dando un costo financiero total mayor entre un consumidor y otro. Explica el Dr. Zacarías que el presidente de la Cámara Argentina de Fintech, declaró que uno de los parámetros que utiliza la IA para segmentar a sus consumidores lo determina la cantidad de errores ortográficos al momento de solicitar un préstamo²⁷². Sobre este tipo de prácticas el Parlamento Europeo estableció trece recomendaciones, de las cuales el autor destaca la número 2 que establece que los proveedores no pueden discriminar y aplicar precios distintos según el perfil del consumidor²⁷³. Este escenario plasma claramente lo complejo del entorno virtual y cómo cualquier consumidor se encuentra expuesto a mayores riesgos y por ende, ve acrecentada su vulnerabilidad, mucho más cuanto más extraño le resulte al usuario la cultura y las reglas de ese mundo.

El medio tecnológico que le es extraño a la mayor parte de los integrantes de esta franja etaria propone un derrotero de desafíos vinculados al desarrollo económico y social. Volveremos sobre este punto más adelante al esgrimir nuestras conclusiones.

8.4. Instrumentos normativos y de política pública específicos.

Ocupémonos de recorrer distintas expresiones normativas y de política pública aplicadas a la tutela de los consumidores en esta dimensión virtual.

Comencemos pues referenciando la sanción de la ley 27078 vigente desde el año 2014, llamada “Argentina Digital”, la cual tiene como finalidad “garantizar el derecho humano a las comunicaciones y a las telecomunicaciones, reconocer a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) como un factor preponderante en la independencia tecnológica y productiva de nuestra Nación, promover el rol del Estado como planificador, incentivando la función social que dichas tecnologías poseen, como así también la competencia y la generación de empleo mediante el establecimiento de pautas claras y transparentes que favorezcan el desarrollo sustentable del sector, procurando la accesibilidad y asequibilidad de las tecnologías de la información y las comunicaciones para el pueblo”²⁷⁴. Resulta

²⁷² <https://www.youtube.com/watch?v=M-YrLUbbWsw>

²⁷³ Sartor, Giovanni. New aspects and challenges in consumer protection. European University Institute. Disponible en [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/648790/IPOL_STU\(2020\)648790_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/648790/IPOL_STU(2020)648790_EN.pdf)

²⁷⁴ Conforme Ley 27078. Artículo 2.

esclarecedor transcribir aquí el repertorio de derechos que esta norma le reconoce a los usuarios de TICs. Artículo 59. — Derechos. El usuario de los Servicios de TIC tiene derecho a:

- a) Tener acceso al Servicio de TIC en condiciones de igualdad, continuidad, regularidad y calidad.
- b) Ser tratado por los licenciatarios con cortesía, corrección y diligencia.
- c) Tener acceso a toda la información relacionada con el ofrecimiento o prestación de los servicios.
- d) Elegir libremente el licenciatario, los servicios y los equipos o aparatos necesarios para su prestación, siempre que estén debidamente homologados.
- e) Presentar, sin requerimientos previos innecesarios, peticiones y quejas ante el licenciatario y recibir una respuesta respetuosa, oportuna, adecuada y veraz.
- f) La protección de los datos personales que ha suministrado al licenciatario, los cuales no pueden ser utilizados para fines distintos a los autorizados, de conformidad con las disposiciones vigentes.
- g) Que el precio del servicio que recibe sea justo y razonable.
- h) Los demás derechos que se deriven de la aplicación de las leyes, reglamentos y normas aplicables.

Por último en esta misma jurisdicción, la Ley Nacional de Educación N° 26206 capítulo II “Fines y Objetivos de la Política Educativa Nacional” incorporó en su artículo 11 inciso m: “Desarrollar las competencias necesarias para el manejo de los nuevos lenguajes producidos por las tecnologías de la información y la comunicación”. Ello denota una clara preocupación por estructurar dentro del Plan, contenidos tendientes a solventar conocimientos para el uso de las TICs, aunque debemos recordar que la mayor parte de los adultos mayores para ese momento ya habrán completado el esquema de educación obligatoria, con lo cual serán necesarias otras intervenciones que se hagan presentes en espacios propicios para que ese colectivo pueda aprovecharlas.

Barocelli propone un breve recorrido por previsiones tutelares diseñadas desde la Secretaría de Comercio Interior para los consumidores en entornos digitales. Si bien estas previsiones se dirigen a la protección de todos los consumidores en este tipo de operatorias, evidentemente serán de aplicación a quienes además ingresen en la categoría de consumidores adultos mayores. Siguiendo a este doctrinario, citaremos:

“La Resolución N° 270/2020 por la cual se incorpora al ordenamiento jurídico nacional la Resolución N° 37/2019 del MERCOSUR, relativa a la protección al consumidor en el comercio electrónico. Dicha resolución establece que en el comercio electrónico debe garantizarse a los consumidores, durante todo el proceso de la transacción, el derecho a información clara, suficiente, veraz y de fácil acceso sobre el proveedor, el producto y/o servicio y la transacción realizada (art 1). Al respecto se detalla la información que deberá estar presente en los sitios web y demás medios electrónicos del proveedor, en ubicación de fácil visualización y previo a la formalización del contrato (art. 2), como los términos de la contratación, asegurando que aquellos puedan ser leídos, guardados y/o almacenados por el consumidor de manera inalterable. Se establecen también reglas sobre la redacción de los contratos (art. 4), la posibilidad de medios técnicos para conocimiento y corrección de errores en la introducción de datos, antes de efectuar la transacción. (art. 5), la posibilidad del ejercicio del derecho de arrepentimiento o retracto en los plazos que establezca la normativa aplicable (art. 6) y la obligación del proveedor debe proporcionar un servicio eficiente de atención de consultas y reclamos de los consumidores (art. 7). Se establece también que los Estados Partes propiciarán que los proveedores adopten mecanismos de resolución de controversias en línea ágiles, justos, transparentes, accesibles y de bajo costo, a fin de que los consumidores puedan obtener satisfacción a sus reclamos, considerándose especialmente los casos de reclamación por parte de consumidores en situación vulnerable y de desventaja (art. 8) y que en las actividades relacionadas con el comercio electrónico transfronterizo las agencias de protección al consumidor u otros organismos competentes de los Estados Partes procurarán cooperar entre sí para la adecuada protección de los consumidores (art. 9).

La Resolución N° 271/2020 mediante la cual se implementó la prescripción del artículo 38 de la Ley N° 24240, por la cual los proveedores deben publicar todos los ejemplares de los contratos de adhesión, así como toda otra condición general y particular de adhesión predispuesta, mediante las que se instrumenten derechos y obligaciones vigentes con sus consumidores y/o usuarios, y también las dirigidas a potenciales consumidores indeterminados en la página de inicio de los sitios de Internet institucionales, discriminados según las variantes del producto y/o servicio en cuestión como también informarse las promociones y bonificaciones ofrecidas, con indicación precisa de las fechas de comienzo y de finalización, así como sus modalidades, condiciones y limitaciones. Dicha norma también reformó la Resolución N° 316/2018 de la ex SECRETARÍA DE COMERCIO extendiendo la herramienta del “Botón de Baja” no solo a los Servicios de Telefonía Fija, Telefonía Móvil, Acceso a Internet, Radiodifusión por suscripción y Medicina Prepaga, sino también a

servicios de Suscripción a Diarios o Revistas en soporte papel o digital, Servicios de Suscripción a Bases de Datos, Servicios de Asistencia al Viajero, Servicios de Emergencias Médicas y/o Traslados Sanitarios de Personas, Servicios de Suscripción a Clubes y/o Gimnasios, Contrato de Emisión de Tarjetas de Crédito por Emisores No Bancarios y suscripción a Donaciones Periódicas con Débito Automático a Asociaciones Civiles. Se establece también que el proveedor no podrá requerir al consumidor registración previa ni ningún otro trámite para el ejercicio del derecho de extinción reconocido en el artículo 10 ter de la Ley N° 24240.

La Resolución N° 424/2020 por la cual se estableció que los proveedores que comercialicen bienes y servicios a través de páginas o aplicaciones web deberán tener publicado el link denominado “BOTÓN DE ARREPENTIMIENTO”, mediante el cual el consumidor podrá solicitar la revocación de la aceptación del producto comprado o del servicio contratado, en los términos de los Artículos 34 de la Ley N° 24240 y 1110 del Código Civil y Comercial de la Nación y que a partir de la solicitud de revocación de la aceptación, el proveedor dentro de las 24 horas y por el mismo medio, deberá informar al consumidor el número de código de identificación de arrepentimiento o revocación;

La Resolución N° 449/2020 que establece que los proveedores de bienes y servicios deben informar en sus puntos de venta y, de poseer, en sus páginas web, todos los medios de pago que acepten, sean electrónicos y/o de cualquier otro tipo”²⁷⁵.

Por otra parte, existen Programas impulsados por el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, a través de su Dirección Nacional de Políticas para Adultos Mayores, en base a talleres y provisión de equipamiento, o por el Instituto Nacional de Servicios Sociales para Jubilados y Pensionados (PAMI) destinados a Centros de Jubilados y/o Centros Culturales, además de las ofertas académicas de las Universidades Nacionales, mediante sus actividades de extensión o sus Programas Universitarios para Adultos Mayores, como opciones que garantizan el acceso y el acercamiento de los mayores a las nuevas tecnologías²⁷⁶. Por ejemplo el grupo de investigación GIFIS (Grupo de Investigación y Formación en Ingeniería de Software) de la UNPA ha estado trabajando en conjunto con la agencia PAMI local, para instrumentar cursos de computación a los adultos mayores de la región. Estas iniciativas contribuyen al conocimiento de las preferencias de los adultos mayores cuando utilizan las

²⁷⁵ Barocelli, Sergio. Ob. Cit. Ut Supra

²⁷⁶ <https://www.pami.org.ar/talleresycursos/cursos-upami>

redes sociales desde diferentes dispositivos. Otras naciones trabajan en la misma línea en pos de la inclusión digital, alfabetizando a los adultos mayores para empoderarlos²⁷⁷.

Durante el año 2021 se celebró un acuerdo entre la Dirección Nacional de Promoción y Fortalecimiento para el Acceso a la Justicia y la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo permitirá a los Centros de Acceso a la Justicia gestionar y comenzar a resolver problemáticas que afecten a consumidores y consumidoras hipervulnerables, ampliando las vías de acceso a la resolución de conflictos consumeriles²⁷⁸.

El Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, por su parte, ha puesto en marcha un programa que tiene como finalidad facilitar el acceso a la tecnología a la tercera edad realizando la entrega de tablets con la plataforma +Simple²⁷⁹, con el objetivo de lograr la integración digital que implica promover la sociabilización de los más grandes. Es una manera de romper con el prejuicio de la tercera edad en el acceso a la tecnología. Además también es una manera de cuidar a quienes viven solos. +Simple es una aplicación que funciona en tablets con sistema Android y también puede utilizarse como una página web desde cualquier computadora. En su primera etapa, el plan piloto contemplaba la entrega de 30 mil unidades equipadas con la herramienta digital especialmente diseñada para mayores de 60 años. La aplicación ofrece el acceso a ocho secciones: noticias, salud, red social, mis cosas, diversión, cultura y trámites. A través de estas secciones, los adultos mayores pueden ingresar en los diarios nacionales, internacionales y revistas; en información para una vida más saludable; y tener acceso directo a las redes sociales. Además, los usuarios pueden entrar a sus cuentas de correo electrónico, al mapa de la ciudad, y agregar otras aplicaciones desde la misma plataforma +Simple. Asimismo, acceden a juegos, películas y novelas, a la agenda cultural de eventos, cuentan con información sobre visitas guiadas a museos, entre otras opciones de turismo, y pueden ver videos con rutinas físicas para ejercitar diariamente, entre otras utilidades que ofrece la herramienta. También posibilita realizar reclamos, consultas, y pedir servicios de comida y otras facilidades, como activar "un pastillero" para tomar el remedio y permitir que un familiar mediante una alarma coopere con ese recordatorio. El gobierno de Buenos Aires también habilitó Aulas Digitales, distribuidas por la Ciudad para que los adultos mayores aprendan a usar la plataforma +Simple con ayuda de capacitadores

²⁷⁷ <https://observatorio.tec.mx/edu-news/brecha-digital-adultos-mayores-exclusion-social>

²⁷⁸ <https://www.argentina.gob.ar/noticias/un-acuerdo-para-mejorar-el-acceso-derechos-de-los-consumidores-y-las-consumidoras>

²⁷⁹ <http://www.buenosaires.gob.ar/massimple>

especializados. Cada Aula Digital está equipada con tablets conectadas a internet. Este programa trabaja en gestión asociada con distintos clubes, centros de jubilados, asociaciones e instituciones, y es completamente gratuito.

En la misma jurisdicción, el Gobierno de la Ciudad implementó el programa Postas Digitales²⁸⁰, organizado por el Ministerio de Desarrollo Social de la Ciudad, que ayuda a los mayores a familiarizarse con el manejo de nuevas tecnologías, mediante cursos y talleres gratuitos de computación diseñados específicamente para personas de la tercera edad.

La iniciativa no se agota en el sector público. En Argentina desde Agosto de 2014, la empresa de tecnología EXO S.A, lleva adelante el programa Mayores Conectados²⁸¹ diseñado por docentes especializados destinado a adultos mayores sin, o con poco, conocimiento sobre el uso de la computadora. El programa consta de cursos gratuitos, en los que se aprende desde el manejo básico de una computadora pasando por Windows y correo electrónico hasta llegar al uso de redes sociales y conversaciones por Skype. El objetivo de Mayores Conectados es capacitar a los adultos mayores sobre el uso de las nuevas tecnologías. Para esta empresa, los ancianos no deben quedar al margen del universo digital que facilita la posibilidad de comunicarse con el otro, compartiendo un mismo idioma y un mismo código. Estos nuevos aprendizajes los acercan a sus nietos, hijos, familiares y amigos que están lejos a través de las redes sociales y herramientas de vídeo conferencia que les permiten mantenerse actualizados, comunicados y activos. Mayores Conectados también ofrece un plan de financiación de equipamiento informático que beneficia a Jubiladas/os y Pensionadas/os de la ANSES.

Es claro que se pugna en sentido contra-hegemónico por una vejez activa frente al vejeísmo y al edaísmo que hegemonizan representaciones sociales negativas sobre los adultos mayores. Se habla de vejeísmo²⁸² cuando prevalecen en la sociedad actitudes y acciones discriminatorias de rechazo, tendencia a la marginación, desagrado, negación a envejecimiento y a la vejez. Para Salvarezza²⁸³, el edaísmo es una conducta social compleja con dimensiones históricas, culturales, sociales, psicológicas e ideológicas usada para devaluar, consciente o inconscientemente, el status social de las personas ancianas.

²⁸⁰ <https://www.buenosaires.gob.ar/noticias/la-computacion-se-acerca-los-adultos-mayores>

²⁸¹ <http://www.mayoresconectados.com.ar/>

²⁸² Butler, Robert. Edad-ismo: Otra forma de intolerancia. *El Gerontologist*. Iacub. 1969.

²⁸³ Salvarezza, Leopoldo. *Psicogeriatría. Teoría y clínica*. Editorial Paidós. 2002.

9. Conclusiones y respuesta a la pregunta-problema: ¿Es el consumo en entornos digitales un espacio que permita concretar el acceso al consumo para los adultos mayores en Argentina?

Luego del desarrollo exhaustivo realizado, es momento de analizar y determinar si efectivamente el consumo en entornos digitales es un espacio que permita concretar el acceso al consumo para los adultos mayores en Argentina.

Esta tesis responde puntualmente a los desafíos planteados en las preguntas-problema que guiaron su construcción y produce elementos suficientes para concluir en este punto, que el consumo en estos escenarios signados por las TICs **no permite concretar el derecho humano de acceso al consumo para el colectivo de adultos mayores.**

Al respecto comencemos por establecer que el adulto mayor es a todas luces un consumidor, pues resulta ser destinatario final de diversos objetos de las relaciones de consumo en las cuales participa adquiriendo o utilizando bienes o servicios de forma gratuita u onerosa. A su vez, debemos recordar que todos los consumidores son estructuralmente vulnerables en el marco de las relaciones de consumo en las cuales participan junto a los proveedores profesionalizados. Ello, pues dichos vínculos jurídicos se anclan en la desigualdad estructural denotada por desequilibrios económicos y de conocimientos respecto del objeto de dicha relación y del ropaje metodológico que la viste. Sin embargo, algunos consumidores son más vulnerables que otros, y ello se debe a que sumada a su debilidad genérica de base por los motivos antes explicados, se aduna otra vulnerabilidad, vinculada en este caso a su edad, dando por resultado su hipervulnerabilidad en el marco de cualquier relación de consumo en la cual participe el anciano en el rol de consumidor o usuario. Esta “situación de hipervulnerabilidad” es un aspecto dinámico, relacional y contextual, puesto que podrá incluso agravarse en el caso de que el anciano participe también de otras circunstancias percibidas como vulnerables, por ejemplo, ser consumidor, adulto mayor, pobre y discapacitado. En este supuesto, claramente el adulto mayor congrega en su persona varias vulnerabilidades que agudizan la necesidad de protección frente al proveedor. Determinar que los adultos mayores son vulnerables por el mero hecho de pertenecer a esa franja etaria es simple, pues la propia Carta Magna así lo explicita en el artículo 75 inciso 23, y entonces adicionando a esa labilidad la propia de la categoría de consumidor, habremos construido su

hipervulnerabilidad sobre la base de una presunción *iure et de iure*, que admite otras intersecciones como ser su pobreza o incluso la discapacidad, como se ejemplificara previamente.

Podemos sostener que el hecho de ser consumidor le hace acreedor a una serie de derechos estatuidos por el Sistema Jurídico Consumeril en general y por la Constitución Nacional y la Ley de Defensa del Consumidor, en particular. Baste en esta sintética recopilación mencionar el derecho de acceso a la información, a la educación y a la dignidad. Esas prerrogativas especialmente previstas en la aludida ley de orden público y explicadas de forma detallada en el desarrollo de este trabajo, proyectan sobre el adulto mayor su alcance magnificado dada su hipervulnerabilidad. El orden público consumeril es en este caso un catalizador de la protección del adulto mayor puesto que garantiza entre otras cosas, que cualquier renuncia a un derecho previsto en la LDC no causará efecto alguno y asimismo, que los magistrados deben aplicar sus previsiones incluso oficiosamente. Esto es especialmente necesario cuando como consumidor, el adulto mayor consiente en concluir un acto de consumo en el entorno digital, puesto que en la mayoría de los casos el negocio se materializará a través de contratos de adhesión virtuales, acotando para estos sujetos, las posibilidades de decidir su contenido y de formar el consentimiento acabadamente, pues normalmente se cristalizará mediante ventas domiciliarias o mediadas por las TICs.

El mero uso de estas herramientas tecnológicas dificulta, como se ha explicitado y demostrado en el constructo, la comprensión de las consecuencias que estos negocios concluidos en el entorno virtual suponen. El adulto mayor resulta ser un migrante tecnológico incapaz, en la mayoría de los casos, de sustraerse a la antinaturalidad del hecho tecnológico respecto del mundo físico que domina por experiencia y que se avizora como bastante previsible.

Internet, con sus atractivos y desafíos se ha instalado en el mercado de consumo actual dotándolo de un perfil que barre los despojos de la cultura conocida por el colectivo de ancianos, desplazándolos de su lugar de confort y muchas veces obligándolos a incorporarse a fuerza de destratos y violaciones a su dignidad.

La compulsión al entorno virtual los sumerge en relaciones de consumo que requieren de estos sujetos un cúmulo de conocimientos que no involucran espacios previos de inducción a fin de educarlos en los procesos y el uso de las herramientas tecnológicas y de sus potenciales consecuencias sobre derechos de los cuales resultan ser titulares. El ejemplo típico es la bancarización del cobro de pensiones y haberes jubilatorios y la tramitación frente a organismos públicos a través de internet y/o dispositivos electrónicos, entre otros. En estos

casos, el adulto mayor no tiene alternativa, ha caído preso inexorable del entorno virtual y en el espacio de esa relación de consumo, se ve empobrecido y minimizado en su poder negocial y autonomía. La dignidad de la cual es titular en virtud de la propia Constitución Nacional y de los Tratados Internacionales sobre Derechos Humanos con y sin jerarquía constitucional adunados a la Ley de Defensa del Consumidor y al Código Civil y Comercial de la Nación, enfrenta duros embates que suelen coronarse con otras violaciones palmarias a sus derechos humanos.

Vemos en esos casos, que el sometimiento a la virtualidad se dispone como una cautividad que violenta incluso el derecho a la libertad de elección que es tributario de la Carta Magna desde su sanción en el año 1853 y su evolución a partir de la última reforma en el año 1994, atacando a su vez al principio de progresividad y no regresividad, propio de los derechos humanos.

En otras oportunidades el mismo anciano se involucra en el consumo en estos entornos para aprovechar sus ventajas. También en estos casos se verifica su hipervulnerabilidad conformada por la ajenidad a los elementos tecnológicos y a la cultura y las pautas de comportamiento propios de ese medio. Es dable destacar que el mundo digital se hace cada vez más presente y que los proveedores invierten su capital en este espacio ya que como se indicó antes, es más redituable y le proporciona mayores posibilidades de penetración y expansión en el mercado. Esto tracciona a todas las personas humanas que conforman la categoría de consumidores a involucrarse en relaciones de consumo mediadas por las TICs, dejando cada vez menos terreno para el mundo físico de las operaciones tradicionales, no sustrayéndose los ancianos a este fenómeno.

En uno y otro supuesto, el adulto mayor se encontrará expuesto a circunstancias y situaciones que le resultan poco asequibles y frente a las cuales se manifiesta ignoto, librado a su suerte con poca o nula protección real por parte del estado. Ello así, dado que los dispositivos administrativos locales y nacional resultan desbordados por la demanda de intervenciones, y por otra parte, no se han arbitrado defensorías en la materia a fin de que este colectivo pueda realizar su reclamo judicial en forma absolutamente gratuita. Vale aclarar que aun cuando la propia Ley de Defensa del Consumidor estatuya el beneficio de la justicia gratuita, que según la tesis amplia actualmente sostenida por la Corte Suprema de Justicia de la Nación, involucra los costos y las costas del proceso, el adulto mayor necesariamente deberá contar con asesoramiento y representación jurídica, y ello supone una erogación.

Por otra parte, encontramos múltiples instrumentos normativos y políticas públicas de índole nacional y locales que delinear intentos claramente fútiles en la dimensión

omnicomprensiva de la hipervulnerabilidad de los adultos mayores consumidores. Ello así, dado que ésta última encuentra su génesis en una multiplicidad de factores que es preciso atender coordinadamente. Nos referimos a que el acceso al consumo en estos entornos depende del desarrollo económico y social, que encuentra limitaciones presupuestarias, de infraestructura y educativas. Es que para poder acceder a consumir en el mercado digital, es necesario que los adultos mayores concreten a su vez al menos cuatro especies de accesos, a saber:

- Acceso a la energía eléctrica de red o similar;
- Acceso a un dispositivo que posibilite el uso de las TICs;
- Acceso a la conexión a Internet; y
- Acceso a la educación en conocimientos específicos sobre TICs y consumo.

Hasta el momento no se ha verificado la existencia de normativa ni política pública alguna que comprenda estas cuatro especies. Es el estado quien debe garantizar la concreción de los derechos humanos pues es su obligado natural, y a quien la propia Constitución Nacional y los tratados con y sin jerarquía sindicaron como responsable.

Las restricciones presupuestarias son para este colectivo, mayoritariamente ingentes, dado que el grueso de esta población se financia a través de haberes jubilatorios o pensiones, que por magras no alcanzan a solventar los costes de adquisición de energía eléctrica, de dispositivos para utilizar las TICs y abonar el servicio de conexión. Asimismo, la cortapisa de infraestructura refiere fundamentalmente a la disponibilidad de redes de acceso a Internet y de energía eléctrica de red o similar. En este caso, el Estado es el obligado directo a proveer partidas presupuestarias que mejoren la cantidad y calidad de conectividad y del servicio de electricidad.

En cuanto a la restricción educativa, la Constitución Nacional en el artículo 42 y la Ley de Defensa del Consumidor en los artículos 60 a 62, garantizan el derecho de estos consumidores a acceder a la educación para el consumo, la cual, como hemos explicitado previamente, comprende el conjunto de saberes para que este colectivo vislumbre no sólo las características de estas operatorias, sino y fundamentalmente, las consecuencias que de ellas se derivan respecto de su persona y de su patrimonio. Sin embargo, y a pesar de los diversos esfuerzos mencionados a modo de ejemplo como política pública, no se verifica la masividad necesaria en términos de difusión, ni tampoco aparecen dispositivos ajustados a las particularidades de este grupo humano, no sólo en función de su edad, sino de sus circunstancias y cultura. No es igual proyectar un taller formativo en esta temática para

adultos mayores que habitan en áreas urbanas, que para quienes lo hacen en zonas rurales o quienes pertenecen a pueblos originarios, o para quienes además presentan alguna discapacidad.

Ampliando la singularidad e importancia que propone el acceso al consumo en general y a la intervención del estado en pos de su concretización, citaremos a modo de ejemplo el Código Provincial de Implementación de los Derechos de los Consumidores y Usuarios. Esta ley 13133, en el Título III referido a Políticas de Regulación, contiene el Capítulo I que trata sobre el Acceso al Consumo y en su artículo cuarto dice que las políticas del gobierno deben garantizar a los consumidores y usuarios:

a) El acceso al consumo en condiciones de trato digno y equitativo, sin discriminaciones ni arbitrariedades por parte de los proveedores.

b) La protección efectiva contra las prácticas que puedan perjudicar la posibilidad de los consumidores de elegir en el mercado.

c) La competencia leal y efectiva, a fin de brindar a los consumidores la posibilidad de elegir variedad de productos y servicios a precios justos.

d) El permanente abastecimiento por parte de los prestadores de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades corrientes de la población.

Como puede apreciarse, la mera precisión de estas mandas nacionales o locales no alcanza para garantizarle a los adultos mayores el acceso al consumo en el entorno digital en condiciones de igualdad. Recordemos la formulación de la Declaración de Principios para la Igualdad²⁸⁴ (Declaration of Principles on Equality) que constituye un consenso ético de derechos humanos e igualdad. Estos principios fueron acordados por un grupo de más de 120 expertos en una conferencia titulada Principios para la Igualdad y Desarrollo de Estándares Legales para la Igualdad, organizada por The Equal Rights Trust, del 3 al 5 de abril de 2008 en Londres. En este evento participaron representantes de distintos entornos, incluyendo académicos, abogados, y activistas de todas partes del mundo. Los principios formulados y acordados por los expertos están basados en conceptos y jurisprudencia desarrollados en contextos legales nacionales, regionales e internacionales, y podrán dar apoyo y fungir como brújula a los esfuerzos de legisladores, jueces, organizaciones de la sociedad civil y de cualquiera involucrado en la lucha contra la discriminación y en la promoción de la igualdad.

Transcribimos a continuación, la Parte I referida a la Igualdad:

“1. El Derecho a la Igualdad

²⁸⁴ Declaración de principios de The Equal Rigths Trust. 2008. Disponible en http://www.oas.org/dil/esp/2008_Declaracion_de_Principios_de_Igualdad.pdf

El derecho a la igualdad es el derecho de todos los seres humanos a ser iguales en su dignidad, a ser tratados con respeto y consideración y a participar con base igualitaria con los demás en cualquier área de la vida civil, cultural, política, económica y social. Todos los seres humanos son iguales ante la ley y tienen derecho a una misma protección y garantía ante la ley.

2. Igualdad de Trato

La igualdad de trato, desde el punto de vista de la igualdad, no equivale a trato idéntico. Para reconocer la igualdad plena y efectiva, es necesario tratar a las personas de manera diferente según sus distintas circunstancias, para reconocer su igualdad personal y para mejorar sus habilidades para participar en la sociedad como iguales.

3. Acción Positiva

El derecho a la igualdad requiere de la acción positiva para ser efectivo.

La acción positiva, que incluye una serie de medidas políticas, administrativas, y legislativas para superar las desventajas del pasado y acelerar el progreso hacia la igualdad de algunos grupos en particular, es un elemento necesario dentro del derecho a la igualdad”.

Apoyándonos en esa construcción de avanzada, sostenemos que será preciso que además de esgrimirse normativa, se articulen instrumentos de la política pública a partir de medidas de acción positiva, en cumplimiento de la previsión del aludido artículo 75 inciso 23 al indicar como nuevo estándar la Igualdad Real de Oportunidades.

Inobjetablemente, los ancianos que habitan en Argentina deben acceder en igualdad de condiciones al consumo en entornos virtuales para concretar la relación de consumo y efectuar la adquisición o uso del bien o servicio que se constituye en base de materialización de un derecho humano.

Por último y acercándonos a la dignidad de los ancianos en el marco de estas operaciones, hemos verificado al analizar las tácticas y estrategias de mercadotecnia y el diseño de la oferta en entornos virtuales, que se produce una discriminación negativa con base en el edadismo. Ello así, dado que la segmentación que se practica deja a los adultos mayores al margen de una gran cantidad de bienes y servicios, puesto que el foco se limita a presupuestos peyorativos y reduccionistas del llamado viejismo, donde las personas se conservan en un estadio de mera supervivencia pasiva. De otra parte, la incursión de los influencers sigue y reproduce la misma lógica que solapa la exclusión de los adultos mayores y su exposición permanente a modelos ideales de vida que distan de las posibilidades reales del colectivo.

La dignidad es el epicentro de la razón de ser de los derechos humanos de los adultos mayores y el acceso al consumo bebe precisamente de esa esencia arquetípica que sustancia la existencia misma de la persona humana. En un mundo atravesado por el consumo mediado por la tecnología y su propia cultura y extremos, excluir a los ancianos de la potencialidad de sus beneficios, importa un palmario retroceso respecto de los principios que insuflan la estructura misma de nuestra Carta Magna, de la Convención Interamericana sobre Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores que socorre en la visibilización del colectivo hipervulnerable, de la tutela profunda de la Ley de Defensa del Consumidor, y de los valores que le dan razón de ser a un proyecto de país inclusivo, igualitario, progresista y democrático.

10. Propuesta de mejora de la Ley de Defensa del Consumidor

A partir del análisis y de las conclusiones explicitadas en el capítulo anterior, se propone la mejora de la Ley de Defensa del Consumidor, mediante la incorporación y modificación de los siguientes artículos que recogen los puntos salientes de la tutela necesaria y agravada respecto del acceso del colectivo de consumidores adultos mayores en relaciones de consumo en entornos virtuales:

Incorporación del Artículo 1 bis. Definiciones: A los efectos de la interpretación, la aplicación y los alcances de la tutela contenida en la presente ley, se atenderá a las siguientes definiciones:

Consumidor adulto mayor: Persona humana hipervulnerable cuya edad es igual o superior a los sesenta y cinco años.

Vulnerabilidad: Estado de fragilidad propia del consumidor en el marco de la relación de consumo por el mero hecho del desequilibrio estructural que la caracteriza basado en la profesionalidad del proveedor y en la potencial superioridad económico-financiera del proveedor.

Hipervulnerabilidad: Estado de agravamiento en la fragilidad del consumidor por su participación en un colectivo o circunstancia que se admite legal o culturalmente como vulnerable en razón de su género, edad, discapacidad, pertenencia a un pueblo originario u

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

otro. Importa siempre la participación de la persona del consumidor en dos o más vulnerabilidades legal o culturalmente reconocidas.

Atención prioritaria: En los espacios de atención a los consumidores dispuestos por el proveedor por cualquier medio, deberán establecerse Sectores de atención especial para adultos mayores.

Incorporación del Artículo 3 bis. Principio protectorio agravado: En caso de hipervulnerabilidad, el principio de protección al consumidor deberá agravarse en la interpretación y aplicación de los derechos y garantías de esta tutela en favor del consumidor, especialmente en lo atinente a su edad, su salud, su seguridad, información, trato digno y no discriminatorio, acceso al consumo y a las diversas vías de resolución de conflictos consumeriles.

Modificación del Artículo 4. Obligación de información: El proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización.

La información debe ser siempre gratuita para el consumidor y proporcionada en soporte físico, con claridad necesaria que permita su comprensión. Solo se podrá suplantar la comunicación en soporte físico si el consumidor o usuario optase de forma expresa por utilizar cualquier otro medio alternativo de comunicación que el proveedor ponga a disposición.

En todos los casos la información deberá ajustarse a las circunstancias del consumidor hipervulnerable, adecuando medios y vocabulario en función de las especiales características que esa especial vulnerabilidad importe, asegurando además la completitud, la exactitud y la accesibilidad de dicha información durante toda la extensión temporal de la relación de consumo. Cuando el consumidor destinatario de la información sea un adulto mayor, el proveedor garantizará que el contenido y el medio utilizado para su difusión sean asequibles para ese sujeto.

Incorporación del Artículo 4 bis. Acceso al consumo: El estado garantizará a través del diseño e implementación de políticas públicas, el acceso irrestricto al consumo como especie de los derechos humanos, especialmente respecto de los colectivos hipervulnerables, incluso mediante la discriminación positiva a fin de concretizar la igualdad real de oportunidades de

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

estos consumidores. En ese cometido velará e intervendrá activamente en el control, vigilancia y juzgamiento de las violaciones al orden público consumeril perpetradas por el proveedor, en cualquier estadio de la relación de consumo sin distingos respecto del objeto de la relación de consumo.

Incorporación del Artículo 6 bis. TICs como servicio riesgoso: Se establece que el servicio de Internet y/o tecnologías de la comunicación por redes similares y asimilables son riesgosas por la naturaleza misma de su prestación y la especificidad técnica que involucra la comprensión de su uso y consecuencias.

Modificación del Artículo 8. Efectos de la publicidad: Las precisiones formuladas en la publicidad o en anuncios, prospectos, circulares u otros medios de difusión se tienen por incluidas en el contrato con el consumidor y obligan al oferente.

En los casos en que las ofertas de bienes y servicios se realicen mediante el sistema de compras telefónicas, por catálogos o por correos, publicados por cualquier medio de comunicación, deberá figurar el nombre, domicilio y número de CUIT del oferente. Asimismo, las expresiones y/o contenidos que de cualquier manera violenten la dignidad de los consumidores, especialmente respecto de los hipervulnerables, harán pasible al proveedor de la sanción dispuesta en el artículo 52 bis, agravándose según su grado de difusión. Quedan comprendidos en la categoría de proveedores respecto de la publicidad, los influencers y cualquier otro sujeto que intervenga en la actividad publicitaria violatoria del orden público consumeril.

Incorporación del Artículo 8 ter. Trato digno y equitativo del consumidor hipervulnerable: Para el caso en el cual el consumidor pertenezca a la categoría de hipervulnerable, la obligación del proveedor de dispensarle un trato acorde a los principios y estándares de dignidad previstos en los instrumentos internacionales sobre derechos humanos con y sin jerarquía constitucional, serán agravados, correspondiendo acentuar las consecuencias y eventuales sanciones administrativas y/o judiciales que se dispongan.

Incorporación del Artículo 33 bis. Relaciones de consumo mediadas por la tecnología: Las operaciones concretadas mediante el uso de tecnologías de la información se consideran riesgosas y requerirán del cumplimiento exhaustivo del deber de información agravada por

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

parte del proveedor. En todos los casos será el proveedor quien responda por los daños que la utilización de las TICs suponga.

Modificación del Artículo 47. Sanciones. Verificada la existencia de la infracción, quienes la hayan cometido serán pasibles de las siguientes sanciones, las que se podrán aplicar independiente o conjuntamente, según resulte de las circunstancias del caso. A tal fin, la Autoridad de Aplicación agravará la sanción en caso de verificarse que la infracción ha ocurrido en el marco de una relación de consumo en la cual el consumidor es hipervulnerable:

- a) Apercibimiento.
- b) Multa de PESOS CIEN (\$ 100) a PESOS CINCO MILLONES (\$ 5.000.000).
- c) Decomiso de las mercaderías y productos objeto de la infracción.
- d) Clausura del establecimiento o suspensión del servicio afectado por un plazo de hasta TREINTA (30) días.
- e) Suspensión de hasta CINCO (5) años en los registros de proveedores que posibilitan contratar con el Estado.
- f) La pérdida de concesiones, privilegios, regímenes impositivos o crediticios especiales de que gozare.

En todos los casos, el infractor publicará o la autoridad de aplicación podrá publicar a costa del infractor, conforme el criterio por ésta indicado, la resolución condenatoria o una síntesis de los hechos que la originaron, el tipo de infracción cometida y la sanción aplicada, en un diario de gran circulación en el lugar donde aquélla se cometió y que la autoridad de aplicación indique. En caso de que el infractor desarrolle la actividad por la que fue sancionado en más de una jurisdicción, la autoridad de aplicación podrá ordenar que la publicación se realice en un diario de gran circulación en el país y en uno de cada jurisdicción donde aquél actuare. Cuando la pena aplicada fuere de apercibimiento, la autoridad de aplicación podrá dispensar su publicación.

El CINCUENTA POR CIENTO (50%) del monto percibido en concepto de multas y otras penalidades impuestas por la autoridad de aplicación conforme el presente artículo será asignado a un fondo especial destinado a cumplir con los fines del Capítulo XVI — EDUCACION AL CONSUMIDOR— de la presente ley y demás actividades que se realicen para la ejecución de políticas de consumo, conforme lo previsto en el artículo 43, inciso a) de la misma. El fondo será administrado por la autoridad nacional de aplicación.

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

Modificación del Artículo 60. Planes educativos: Incumbe al Estado nacional, a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a las Provincias y a los Municipios, la formulación de planes generales de educación para el consumo y su difusión pública, arbitrando las medidas necesarias para incluir dentro de los planes oficiales de educación inicial, primaria, media, terciaria y universitaria los preceptos y alcances de esta ley, así como también fomentar la creación y el funcionamiento de las asociaciones de consumidores y usuarios y la participación de la comunidad en ellas, garantizando la implementación de programas destinados a aquellos consumidores y usuarios que se encuentren en situación desventajosa, tanto en zonas rurales como urbanas.

Los contenidos de los planes de educación deberán enfocarse especialmente en la protección y empoderamiento de los consumidores hipervulnerables, acentuando su difusión y alcance a través de los dispositivos apropiados para las diversas circunstancias, propiciando siempre la visibilización, reconocimiento y sensibilización respecto del derecho humano involucrado en el acceso al consumo para todos los consumidores hipervulnerables.

11. Bibliografía y otros recursos consultados

- Abadalejo, Manuel. Derecho Civil II, Derecho de las Obligaciones. Editorial J. Bosch. Barcelona. 10ma. ed. 1997.
- Acciarri, Hugo y Tolosa, Pamela. La ley de defensa del consumidor y el análisis económico del derecho. Incluido en Ley de Defensa del Consumidor comentada y anotada, Tomo II, dirigida por Sebastián Picasso y Roberto Vazquez Ferreyra. Editorial La Ley. 2009.
- Alcaide, Juan Carlos. Tecnología y ocio digital en las personas mayores. Blog Silver Economy: Una realidad abierta. Disponible en <https://cenie.eu/es/blogs/silver-economy-una-realidad-abierta/tecnologia-y-ocio-digital-en-las-personas-mayores>
- Alegre Marcelo y Gargarella Roberto El derecho a la igualdad, aportes para un constitucionalismo igualitario – Capítulo XI a cargo de Grosman, Lucas “La igualdad estructural de oportunidades en la Constitución Nacional”. Segunda edición ampliada. 2012. Editorial Abeledo Perrot.
- Alferillo, Pascual Eduardo. Introducción al Derecho Civil. Universidad Nacional de San Juan, Facultad de Ciencias Sociales Secretaría Académica. 2000.
- Amadasi, Enrique; Cicciari, María Rosa. La capacidad de aprender en las personas mayores. – 1ª. Edición- Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Educa, 2019.
- Amaya, Jorge. Mecanismos constitucionales de protección al consumidor. Ed. La Ley. 2004.
- Amaya, Jorge. Control de constitucionalidad (2da. Edición). Editorial Astrea. 2014.
- Amaya, Jorge. Democracia y minoría política. Editorial Astrea. 2015.
- Andreasson, Kim. Digital Divides: The New Challenges and Opportunities of e-Inclusion. Editorial Routledge. 2015.
- Arias Cau, Esteban y Vera Mohorade, Guillermo. Participación de las asociaciones de consumidores en los organismos de control de servicios públicos. LLNOA. 2011.
- Badeni, Gregorio. Instituciones de Derecho Constitucional. Editorial Ad-Hoc. 1997.
- Barocelli, Sebastián (Dir), Torres Santomé, Natalia E. (Codir.) (2021): La protección de los consumidores en el entorno digital. Ed. El Derecho. Argentina.
- Barra, Rodolfo Carlos. La Constitución Argentina y su Reforma de 1994. Revista Aportes para el estado y la administración gubernamental.
- Bauman, Zygmunt. La Sociedad Sitiada. Editorial Fondo de Cultura Económica. 2002.

- Bauman, Zygmunt. *Vida de Consumo*. Fondo de Cultura Económica. 2007.
- Bell, Daniel. *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Ed. Alianza. 1996.
- Bidart Campos, Germán. *Tratado Elemental de Derecho Constitucional Argentino*. Nueva edición ampliada 2002-2003. Editorial Ediar. Buenos Aires, 2003.
- Brizzio, Claudia. *La teoría general del contrato y el derecho del consumidor*. Editorial La Ley. 1998.
- Bueres, Alberto. *La Responsabilidad Civil de los Médicos, T. I, 2da. Edición*. Editorial Hammurabi. 1994.
- Bullard, Alfredo. ¿Es el consumidor idiota? En: “Ensayos sobre Protección al Consumidor en el Perú”. Lima: Universidad del Pacífico. 2011.
- Butler, Robert. *Edad-ismo: Otra forma de intolerancia*. *El Gerontologist*. Iacub. 1969.
- Carrió, Genaro. *Notas sobre derecho y lenguaje*. Editorial Abeledo Perrot. 1986.
- Dabove Caramuto, María Isolina. *Derechos de los Ancianos*. Editorial Ciudad Argentina. 2002.
- Dabove, María Isolina. *Derechos humanos de las personas mayores*. 2ª ed. Astrea. 2017.
- Estigarribia Bieber, María Laura. *Las cláusulas abusivas en la contratación con consumidores en la legislación Argentina*. Tesis doctoral defendida el 9/10/2006 en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional del Nordeste, cuyo tribunal estuvo integrado por Félix Trigo Represas, Jorge Mosset Iturraspe y Antonio Tellechea Solis.
- Fabré-Magnan, Muriel. *De l’obligation d’information dans les contrats (Essai d’une théorie)*. Paris. LGDJ. 1992.
- Galdós, Jorge. *La relación de consumo en la jurisprudencia de la Corte Suprema de Justicia de la Nación*. En *Ley de Defensa del Consumidor*. Comentada y anotada, Vázquez Ferreyra y Picasso Directores. Editorial La Ley. 2011.
- Gelli, María Angélica. *Constitución de la Nación Argentina, comentada y concordada*. Editorial La Ley. Ed. 2008.
- Ghidini, Gustavo. *Per i consumatori*. Ed. Zanichelli. 1977.
- Gordillo, Agustín y otros. *Derechos Humanos*. Fundación de derecho administrativo. Publicado en www.gordillo.com
- Häberle, Peter. *La libertad fundamental en el Estado constitucional*. 1997.

- Hernández, Carlos y Frustagli, Sandra. Las exigencias de seguridad en las relaciones de consumo. SAIJ. Sup. Esp. Obligación de Seg. 2005. Id SAIJ: DASF060081. Disponible en: http://www.saij.gob.ar/doctrina/dasf060081-hernandez-las_exigencias_seguridad_en#:~:text=La%20obligaci%C3%B3n%20de%20seguridad%20en%20sentido%20estricto%20de%20las%20cosas,mercado%20para%20su%20comercializaci%C3%B3n%20masificada
- Lima Marques, Claudia. Solidaridad en la enfermedad y en la muerte: sobre la necesidad de acciones afirmativas en contratos de planes de salud y de planes funerarios frente al consumidor anciano, en Lorenzetti, Ricardo y Lima Marques, Claudia. Contratos de servicios a los consumidores. Ed. RubinzalCulzoni. 2005.
- López Alfonsín, Marcelo. Protección Constitucional de Consumidores y Usuarios. Editorial Estudio. 2002.
- Lorenzetti, Ricardo. Comercio electrónico. Editorial Abeledo-Perrot. 2001.
- Lorenzetti, Ricardo. Consumidores. Editorial Rubinzal-Culzoni. 2003.
- Mac Donald, Andrea. La importancia del trato digno y equitativo a favor del consumidor. elDial.com. Editorial albrematica. 2014.
- Maslow, Abraham. Motivation and Personality. New York: Harper & Row. 1954.
- Nino, Carlos Santiago. Introducción al análisis del derecho. 2da. Edición ampliada y revisada, 12º reimpresión, editorial Astrea, Buenos Aires, 2003.
- Nino, Carlos Santiago. Fundamentos de Derecho Constitucional. Astrea, 3ra reimpresión, año 2005.
- Packard, Vance. The waste makers. Editorial Ig Publishing. 1960.
- Pérez Bustamante, Laura. Derecho Social de Consumo. Editorial La Ley. 2004.
- Piscitelli, Alejandro. Nativos digitales: dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación. Editorial Santillana. 2009.
- Pizarro, Ramón y Vallespinos, Carlos. Instituciones de Derecho Privado – Obligaciones. Editorial Hammurabi. 1999.
- Pozzolo, Susanna. Neoconstitucionalismo y especificidad de la interpretación constitucional. Traducción de Vilajosana Josep M., en Doxa “Cuadernos de Filosofía del Derecho”, Núm. 21, 1998, publicación Alicante, Biblioteca virtual Miguel Ángel Cervantes, 2005.
<http://www.cervantesvirtual.com/obra/neoconstitucionalismo-y-especificidad-de-la-interpretacin-0/>

- Prieto Sanchis, Luis. Estudios sobre derechos fundamentales. Ed. Debate. 1990.
- Quaglia, Marcelo. En BUERES, Alberto J. Código Civil y Comercial de la Nación y normas complementarias. Análisis doctrinal y jurisprudencial. Editorial Hammurabi. 2018.
- Quiroga Lavié, Humberto. Derecho Constitucional Argentino. Editorial Rubinzal-Culzoni. Ed. 2001.
- Rinesi, Antonio. El deber de seguridad. Editorial Rubinzal-Culzoni. 2007.
- Riofrío Martínez-Villalba, Juan Carlos. La selección del método en la investigación jurídica. 100 métodos posibles”, Revista de Educación y Derecho, nro. 12, abril-septiembre 2015.
- Ritto, Graciela. Sistema de defensa del consumidor: Paradigmas del nuevo Código y de las leyes 26.993 y 24.240. 1ª Ed- Ciudad Autónoma de Buenos Aires. 20XII Grupo Editorial. 2016.
- Rivera, Julio Cesar. Instituciones de Derecho Civil Parte General, Tº I. Editorial Abeledo Perrot. 1997.
- Rojas Klauer, Carlos. El alcance del deber de información en materia de protección al consumidor: un replanteamiento desde el derecho y economía conductual y el neuromarketing. Themis 62. Revista de Derecho. Disponible en [www.https://dialnet.unirioja.es/](https://dialnet.unirioja.es/)
- Ronquillo, Cynthia Gabriela y otros. Adultos Mayores: una mirada interdisciplinar. Editorial UNLaM. 2022.
- Sagüés, Néstor. Elementos de Derecho constitucional. T. 1. 3era. Edición actualizada y ampliada. Editorial Astrea. 2001.
- Salvarezza, Leopoldo. Psicogeriatría. Teoría y clínica. Editorial Paidós. 2002.
- Sánchez Herrero, Andrés. Tratado de Derecho Civil y Comercial. Tomo II. 1ª Ed. Editorial La ley. 2016.
- Santiago, Alfonso. La dignidad de la persona humana como fundamento del orden público y jurídico. Ed. Abaco. 2022
- Schiffman, León y Lazar, Leslie. Comportamiento Del Consumidor. Octava Edición. Ciudad de México. Editorial Pearson Educación. 2005.
- Secretaría de Derechos Humanos - Coordinadores Pochtar Nora y Pszemiarower Santiago, Personas adultas mayores y derechos humanos - 1a ed. - Buenos Aires:

Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación - Secretaría de Derechos Humanos, 2011.

- Selwyn, Neil y Facer, Keri. *Beyond the Digital Divide: Rethinking Digital Inclusion for the 21st Century*. Ed. Futurelab. 2007. Disponible en <https://www.nfer.ac.uk/media/1818/futl55.pdf>
- Schwab, Klaus. *La cuarta revolución industrial*. Editorial Debate. 2016.
- Segovia, Juan Fernando. *Las raíces constitucionales del estado argentino - Un estudio de las convenciones de 1853 y 1860*. Revista Ius Histora N° 5. 2008.
- Stiglitz, Gabriel y otros. *Derecho del consumidor*. Ed. Juris. 2000.
- Stiglitz, Gabriel y Hernández, Carlos. *La constitucionalización del Derecho del Consumidor. La experiencia argentina*, en *Tratado de Derecho del Consumidor*. Editorial La Ley. t. I. 2015.
- Stiglitz, Rubén y Stiglitz, Gabriel. *Contratos por adhesión, cláusulas abusivas y protección al consumidor*. Editorial La Ley. 2012.
- Stupenengo, María. *La ley de defensa del consumidor y el riesgo de desarrollo*. Ratio Iuris. Revista de Derecho Privado. Año V, N° 1. 2017.
- Tambussi, Carlos; Gordillo, Agustín y otros. *Derechos Humanos. Capítulo VII. Los derechos del consumidor como derechos humanos*. Ed. Fundación de Derecho Administrativo. 2007.
- Toller, Fernando. *La Interpretación Constitucional de los derechos fundamentales*. Editorial La Ley. 2000.
- Vallespinos, Carlos y Ossola, Federico. *La obligación de informar en los contratos*. Editorial Hammurabi. 2010.
- Vallespinos, Carlos y Ossola, Federico. *Obligaciones y deber de informar (o comunicar) en el nuevo Código: La importancia de la teoría general*. RCCyC. Editorial La Ley. 2015.
- Van Deursen, Alexander. y van Dijk, Jan. *Digital Skills: Unlocking the Information Society*. Editorial Palgrave Macmillan. 2014.
- Vázquez Ferreira, Roberto. *La obligación de seguridad en la responsabilidad civil y ley del contrato de trabajo*. Editorial Vélez Sarsfield. 1988.
- Villabella Armengol, Carlos Manuel, “Los métodos en las investigaciones jurídica. Algunas precisiones”, Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, DR 2015, pág. 928, <http://biblio.juridicas.unam.mx>

- Witker, Jorge. Técnicas de la enseñanza del derecho. Ed. Pac. 2019.

Otros recursos consultados:

- Alegre Matheus, Adriana. Consumo y Producción responsables para alcanzar estilos de vida sostenibles. Aplicación del Programa para estilos de vida sostenibles y educación del Marco Decenal de Programas de Consumo y Producción Sostenibles en Asia y el Pacífico. Memoria del Master en Estudios Internacionales Curso 2015-2016. Trabajo dirigido por Roser Puig. Universitat de Barcelona.
- Almoguera, José. Bienes sustitutivos y bienes complementarios. Economía Práctica. 2016. Disponible en <https://www.economiadehoy.es/noticia/9350/economia-practica/bienes-sustitutivos-y-bienes-complementarios.html#:~:text=Dos%20bienes%20son%20sustitutivos%20perfectos,juntos%20en%20unas%20proporciones%20fijas>
- Amaral, Luiz Otavio de Oliveira. Teoría geral do direito do consumidor. Revista dos Tribunais. San Pablo. 2011; Sobrino, Waldo. Consumidor de seguros. Buenos Aires. Ed. La Ley. 2009.
- Anders, Gunther. Die Antiquiertheit des Menschen. Cita a partir de la traducción francesa L'Obsolescence de l'homme. L'Obsolescence de l'homme. Sur l'âme à l'époque de la deuxième révolution industrielle. París, Éditions Inrea. 2001.
- Ariza, Ariel. Emergencia y sistema de derecho privado. Suplemento Lexis Nexis. 2003.
- Ariza, Ariel. Más que una reforma. Desplazamiento del derecho del consumidor en el derecho privado. La Ley. Suplemento Especial: Reforma de la ley de defensa del consumidor. 2008.
- Artículo “Las personas mayores dominan más vocabulario en español que las jóvenes”. 2014. Disponible en <https://www.agenciasinc.es/Noticias/Las-personas-mayores-dominan-mas-vocabulario-en-espanol-que-las-jovenes>
- Asamblea General de las Naciones Unidas Resolución 46/91. Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados. 2015. Disponible en <https://www.acnur.org/5b6caf814.pdf>

- Bagalá, Pablo. El deber de seguridad y su impacto en el derecho privado a partir de la aparición del derecho de consumo. Artículo publicado en Errenews. Editorial Errepar. 2013.
- Balkin, Jack. *Constitutional Redemption (Political Faith in an Unjust World)*. Harvard University Press. 2011.
- Barceló Aspeitia, Axel. ¿Por Qué Una Palabra Significa Lo Que Significa? Comentarios a Escepticismo del Significado y Teorías de Conceptos de Silvio Mota Pinto. *CRÍTICA, Revista Hispanoamericana de Filosofía*. Vol. 43, No. 127. 2011.
- Barocelli, Sergio. La problemática de los consumidores hipervulnerables en el derecho del consumidor argentino. Volumen IV. Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires. 2020.
- Barocelli, Sergio. La protección de consumidores en entornos digitales en las recientes reglamentaciones de la Secretaría de Comercio Interior. *Diario Civil y Obligaciones* Nro. 242. 2020.
- Barocelli, Sergio y Marhaba, Débora. Los influencers como nueva forma de publicidad y la protección de los consumidores. Editorial La Ley. 2020.
- Belch, George y Belch, Michael. *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing communications Perspective*. 2004. Disponible https://www.researchgate.net/publication/46966230_Advertising_and_Promotion_An_Integrated_Marketing_Communication_Perspective
- Cardozo, Claudia; Martín, Adriana y Saldaño, Viviana. Los adultos mayores y las redes sociales: Analizando experiencias para mejorar la interacción. *ICT-UNPA*. Vol. 9 N° 2. 2017. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6089345>
- Carnota, Walter. El despliegue del art. 42 de la Constitución Nacional. *Revista Derecho Público*. Año III, N° 9. Ediciones Infojus. 2015. El autor sigue a Vermeule, Adrian, en *The system of the Constitution*. Oxford University Press. 2011, para quien “el análisis constitucional examina la interacción entre instituciones, que son en sí arreglos de equilibrios que resultan de la interacción de sus miembros individuales. Por lo que siempre existen en el horizonte dos niveles de agregación: de individuos a instituciones, y de instituciones a un orden constitucional general. Uso el término sistemas para denotar esos agregados, cuyas propiedades son determinadas por la interacción de sus componentes; esos componentes pueden ser instituciones o

personas. Así los órdenes constitucionales son agregados de agregados, sistemas de sistemas en nido”. Disponible en <http://www.saij.gob.ar/walter-carnota-despliegue-art-42-constitucion-nacional-dacf150095-2015-01/123456789-0abc-defg5900-51fcanirtcod>

- Carrasco Rosa, Ana. La Sociedad de consumo, origen y características. Contribuciones a la economía: Revista académica online. 2007.
- Carta Encíclica Laudato sí del Santo Padre Francisco, sobre el cuidado de la casa común. Capítulo IV, Punto V. Justicia entre las generaciones. 2015. Disponible en www.oas.org/es/sg/casacomun/docs/papa-francesco-enciclica-laudato-si-sp.pdf
- Castaño, Cecilia. La segunda brecha digital. Castaño (coord.). Editorial Cátedra. 2008. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=305243>
- Cavanillas Múgica, Santiago, La protección del subconsumidor en la normativa sobre responsabilidad civil por productos o servicios defectuosos, en Estudios sobre consumo N° 18. 1990; Acedo Penco, Ángel, Los subconsumidores como colectivos de especial protección reconocidos en el estatuto de los consumidores de Extremadura, en Anuario de la Facultad de Derecho N° 22. 2004. Lorenzetti, Ricardo. Consumidores. Dice que “Son casos de subconsumidores los menores de edad, los ancianos y los enfermos graves...”; Frustagli, Sandra y Hernández, Carlos. El concepto de consumidor. Proyecciones actuales en el Derecho argentino. Ed. La Ley. 2011; Heineck Schmitt, Cristiano. “Prevención y reparación de daños al consumidor anciano en América Latina, en Revista Jurídica de Daños, Número 4. 2012. IJ Editores; Barocelli, Sergio. Incumplimiento del trato digno y equitativo a consumidores hipervulnerables y daños punitivos: la Suprema Corte de Buenos Aires confirma su procedencia. Ed. La Ley Online. 2013.
- Ciuro Caldani, Miguel Ángel. La debilidad del consumidor, en Investigación y docencia, N° 28, FIJ. Rosario. Disponible en http://www.academiadederecho.org/upload/biblio/contenidos/ID_N_28__La_D_del_C_en_la_S_de_C__Miguel_A_Ciuro.pdf
- Ciuro Caldani, Miguel Ángel. Notas Trialistas para la Sistematización y la ubicación Histórica de los Fundamentos de los Derechos Humanos. En Boletín del Centro de Investigaciones de Filosofía Jurídica y Filosofía Social. 1998.
- Código de Consumo de Cataluña.
- Código de Consumo de Francia.

- Código de Consumo de Italia.
- Código de Consumo de Luxemburgo.
- Colazo, Ivana. El trato digno y equitativo al consumidor a la luz de los principios constitucionales. 2011. Disponible en www.saij.jus.gov.ar
- Colombero, Anabel. El Derecho del Consumo en Argentina. La situación post reforma del Código Civil y Comercial de la Nación. Disponible en <https://riu.austral.edu.ar/bitstream/handle/123456789/1516/El%20Derecho%20del%20Consumo%20en%20Argentina.pdf?sequence=1>
- Comunicado: Acciones de política para el fortalecimiento de la sostenibilidad del crecimiento y de la estabilidad económica. Publicado el jueves 16 de junio de 2022. Disponible en <https://www.argentina.gob.ar/noticias/acciones-de-politica-para-el-fortalecimiento-de-la-sostenibilidad-del-crecimiento-y-de-la>
- Constitución Nacional.
- Convención contra la Tortura y otros Tratos o Penas Cruelles, Inhumanos o Degradantes.
- Convención Interamericana Sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores disponible en www.oas.org/es/sla/ddi/docs/tratados_multilaterales_interamericanos_a-70_derechos_humanos_personas_mayores.pdf
- Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer.
- Convención sobre los Derechos del Niño.
- Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo. 1992.
- Dabove, María. Derecho y multigeneracionismo: o los nuevos desafíos de la responsabilidad jurídica familiar en la vejez. Revista de Derecho de Familia. 2008. Disponible en <http://envejecimiento.sociales.unam.mx/articulos/publicacion.pdf>
- Dabove, María. y Barbero, Daniel. Igualdad y no discriminación en los actos de autoprotección: nuevas zaciones para la acción en favor de los derechos de los grupos vulnerables. Revista del Instituto de Derecho e Integración. 2009.
- Dabove, María y Di Tullio Budassi, Rosana. Bases y puntos de partida para la convención internacional de derechos humanos en la ancianidad: la calidad de vida como meta. X Congreso Nacional de Sociología Jurídica. Legalidad y Legitimidad:

confrontaciones sociales en torno al Derecho. Córdoba, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales [Clacso], Universidad Nacional de Rosario [UNC], Sociedad Argentina de Sociología Jurídica. 2009.

- Dabove, María. Derechos humanos de las personas mayores en la nueva Convención Americana y sus implicancias bioéticas. *Revista Latinoamericana de Bioética*. 2016. Disponible en <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/105651>
- Dabove Caramuto, María Isolina. *Derecho de la vejez*. 2017. Disponible en <https://salud.gob.ar/dels/entradas/derecho-de-la-vejez>
- David, Marcelo. *Defensa de los consumidores y usuarios en el Derecho Nacional (Primera Parte). Origen, y evolución social y legal del derecho de los consumidores y usuarios*. Suplemento de *Derecho del Consumidor de El Dial*. 2006.
- de Gaulejac, Vincent. *Le sujet manqué L'individu face aux contradictions de l'hypermodernité. L'individu hypermoderne* Sous la direction de Nicole Aubert. Editions Erès. 2004.
- Declaración Americana de los Derechos y Deberes del hombre.
- Declaración de la Alta Comisionada de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, Michelle Bachelet. 12/05/2020. Debate virtual “Los Derechos Humanos de las personas de edad en la era de la COVID-19 y en el futuro”.
- Declaración de principios de The Equal Rights Trust. 2008. Disponible en http://www.oas.org/dil/esp/2008_Declaracion_de_Principios_de_Igualdad.pdf
- Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- Decreto de Necesidad y Urgencia 690/2020.
- Delgado Huertos, Enrique. Consumo y medioambiente. *Tabanque: Revista pedagógica* N° 12-13. 1997-1998. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=127576>
- De Lorenzo, Miguel. *Contratos, derechos fundamentales y dignidad de la persona humana*. Revista *La Ley*. 2011.
- De Sena, Angélica y Chahbenderian, Florencia. *La educación para el consumo y las políticas sociales: ¿nuevas formas de inclusión social? El trabajo forma parte de una investigación enmarcada en el proyecto de la Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social de la Universidad del Salvador, titulado “Consumo, emociones, políticas sociales y educación para el consumo”, dirigido por Angélica De Sena. Incluido en Desafíos y dilemas de la universidad y la ciencia en América Latina*

- y el Caribe en el siglo XXI. Disponible en <https://www.teseopress.com/universidadyciencia/>
- Erikson, Erik. Infancia y sociedad. Ed. Hormé. 1993. Disponible en <http://metabase.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/607/Ocho%20edades%20del%20hombre.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
 - Frustagli, Sandra. La tutela del consumidor hipervulnerable en el derecho argentino. Disponible en <http://rehip.unr.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/2133/14486/La%20tutela%20del%20consumidor%20hipervulnerable%20en%20el%20Derecho%20argentino%20%28FRUSTAGLI-%20Revista%20de%20Derecho%20del%20Consumidor%29.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
 - García Canclini, Néstor. Consumidores y ciudadanos. Revista Diálogos de la Comunicación. 1991. Disponible en <http://www.teoriascomunicunm.com.ar/archivos/UNIDAD5-Canclini-ConsumidoresyCiudadanos.pdf>
 - Garzón, Eduardo. El Taylorismo y el Fordismo. 2013. Disponible en <http://eduardogarzon.net/el-taylorismo-y-el-fordismo/>
 - Grande Esteban, Ildfonso. Las actitudes de los consumidores mayores ante la compra y sus consecuencias sobre la gestión de marketing”. Estudios sobre Consumo. 1999.
 - Guastini, Riccardo. La “constitucionalización” del ordenamiento jurídico: el caso italiano. Publicado en Estudios de teoría constitucional. México, IIJ-UNAM, Fontamara. 2001.
 - <https://noticias.uai.cl/el-consumo-de-servicios-digitales-de-adultos-mayores-y-su-efecto-en-el-bienestar/>
 - <https://observatorio.tec.mx/edu-news/brecha-digital-adultos-mayores-exclusion-social>
 - <https://www.argentina.gob.ar/noticias/un-acuerdo-para-mejorar-el-acceso-derechos-de-los-consumidores-y-las-consumidoras>
 - <http://www.buenosaires.gob.ar/massimple>
 - <https://www.buenosaires.gob.ar/noticias/la-computacion-se-acerca-los-adultos-mayores>
 - <http://www.mayoresconectados.com.ar/>
 - <https://www.pami.org.ar/talleresycursos/cursos-upami>

- <https://www.youtube.com/watch?v=M-YrLUbbWsw>
- Huenchuan, Sandra y Rodríguez-Piñero, Luis. Envejecimiento y derechos humanos: situación y perspectivas de protección. Documento elaborado por el Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía (CELADE) - División de Población de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), gracias al financiamiento de la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo (ASDI), en el marco del programa conjunto CEPAL-ASDI 2010-2011 “Protección e inclusión social en América Latina y el Caribe, Componente 3: Estrategias de protección social para una población que envejece”, y con el apoyo del Proyecto Annual Work Plan 2010 UNFPA-LACRO (Project ID: RLA6P41A, Act. 13). Fue realizado bajo la supervisión de Dirk Jaspers_Faijer, Director de la División. Su redacción estuvo a cargo de Sandra Huenchuan, experta en envejecimiento del CELADE, y Luis Rodríguez-Piñero Royo, consultor de la misma División. La investigación contó también con el apoyo de Carmen Márquez Carrasco y Fernanda Stang. Disponible en <https://www.corteidh.or.cr/tablas/r39146.pdf>
- Infobae. Artículo: Qué es la obsolescencia programada y su posible interés en hacer que los dispositivos se dañen más rápido. Sección Tecno. 2021. Disponible en <https://www.infobae.com/america/tecno/2021/10/22/que-es-la-obsolencia-programada-y-su-posible-interes-en-hacer-que-los-dispositivos-se-danen-mas-rapido/>
- Informe del Secretario General a la Asamblea General de Naciones Unidas, A/66/173, Sexagésimo sexto período de sesiones, tema 27 c) del programa provisional. Desarrollo social: seguimiento del Año Internacional de las Personas de Edad: Segunda Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento.
- Jurisprudencia: CSJN, P. 344. XXIV. Partido Justicialista s/ acción de amparo, 28/09/1993, T. 316, P. 2117. (Voto del Dr. Carlos S. Fayt).
- Jurisprudencia: Segunda Cámara en lo Civil Primera Circunscripción Judicial de Mendoza. Expediente: 25648. Alenda, Rolando Walter y ot. O.M.G. S.A. Resolución de contrato - Nulidad Daños y perjuicios. 02/06/1999.
- Jurisprudencia: Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, sala B, publicado en LL 1999-E-717; DJ 1999-3-840.
- Jurisprudencia: CSJN. 330:563. Mosca, Hugo Arnaldo c/ Provincia de Buenos Aires [Policía Bonaerense] y otros s/ daños y perjuicios. 2007.

- Jurisprudencia: CSJN, S1455.XLI. RHE Sociedad Anónima - Dominga B. de Marconetti c/ Gobierno de Buenos Aires. 04/09/2007.
- CSJN. Ledesma, María Leonor c/ Metrovías S.A. Fallos: 331:819. 22-4-2008.
- Jurisprudencia: SCBA. Conca, Hugo Luis c/ Banco de la Provincia de Buenos Aires s/ Cumplimiento de contrato, cancelación de hipoteca y repetición de pago. 2009.
- Jurisprudencia: CSJN. Bea, Héctor y otro c. Estado Nacional Secretaría de Turismo. Del voto del Doctor Lorenzetti. 31/08/2010.
- Landa Arroyo, César. Dignidad de la persona humana. Publicado en Ius Et Veritas. 2000. Disponible en <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/iusetveritas/article/view/15957/16381>
- Lechner, Norbert. Los desafíos políticos del cambio cultural. Santiago de Chile: PNUD-Chile. 2002. Disponible en http://bibliorepo.umce.cl/revista_educacion/2004/314/39_51.pdf
- Ley N° 1/2006 de Defensa de los Consumidores y Usuarios, “Colectivos especialmente protegidos” de Cantabria.
- Ley N° 1/2008 del Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Región de Murcia, “Colectivos especiales”.
- Ley N° 1/2011 del Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Comunidad Valenciana, “De los colectivos de especial protección”.
- Ley N° 2/2012 de Estatuto de las Personas Consumidoras y Usuarias, “Colectivos de especial protección en situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión” del País Vasco.
- Ley N° 2/2012 gallega de protección general de las personas consumidoras y usuarias, “Colectivos de especial protección”.
- Ley N° 2/2015 del Estatuto del Consumidor de Castilla y León, “Supuestos especiales”.
- Ley N° 3/2003 del Estatuto de los Consumidores y Usuarios de la Comunidad Autónoma de Canarias.
- Ley N° 5/2013 para la Defensa de los Consumidores de la Comunidad Autónoma de La Rioja, “Colectivos que se encuentren en situaciones de indefensión, inferioridad o subordinación”.
- Ley N° 6/2001 del Estatuto de Consumidores de Extremadura, “Colectivos de especial protección”.

- Ley Foral N° 7/2006 de Navarra de Defensa de los Consumidores y Usuarios, “Supuestos de especial protección”.
- Ley N° 7/2014 de Protección de las Personas Consumidores y Usuarías de las Illes Balears, “Consumidores vulnerables”.
- Ley N° 11/1998 de Protección de los Consumidores de la comunidad de Madrid, “Colectivos de especial protección”.
- Ley N° 11/2002 de los Consumidores y Usuarios, “Colectivos de especial protección” del Principado de Asturias.
- Ley N° 11/2005 del Estatuto del Consumidor, “Situaciones de protección prioritaria” de La Mancha.
- Ley N° 13/2003 de Defensa y Protección de los Consumidores y Usuarios de Andalucía.
- Ley N° 13/2013 de Protección al Consumidor de Andorra.
- Ley N° 16/2006 de Protección y Defensa de los Consumidores y Usuarios de Aragón.
- Ley de la Comisión Independiente de Consumo y Competencia de Papúa Nueva Guinea.
- Ley de Defensa del Consumidor N° 24240. Sancionada: Setiembre 22 de 1993 y promulgada Parcialmente: Octubre 13 de 1993.
- Ley N° 27.360 (IF-2017-10126785-APN-SECCYCI#MRE), sancionada por el Honorable Congreso de la Nación en su sesión del día 9 de mayo de 2017. Promulgada por el Decreto 375/2017 del 30/05/2017.
- Ley 27078.
- Linares López, Julio. El consumidor en el nuevo entorno digital. Revista Bit N° 161. 2007. Disponible en <https://www.coit.es/sites/default/files/archivobit/pdf/8-9pdf.pdf>
- Maraniello, Patricio. Pautas para una investigación jurídica. Publicado en www.patriciomaraniello.com.ar
- Martínez de Vallejo, Blanca. Reseña de Estudios sobre derechos fundamentales de Luis Pietro Sanchís. En Revista de estudios políticos. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2138312>
- Matteri, Juan. Influencers y relación de consumo: su responsabilidad en el derecho del consumidor. 2021. Disponible en: <http://www.saij.gob.ar/juan-ignacio-cruz-matteri-influencers-relacion-consumo-su-responsabilidad-derecho-consumidor-dacf210224-2021-12-16/123456789-0abc-defg4220->

12fcanirtcod?&o=2&f=Total%7CFecha%7CEstado%20de%20Vigencia%5B5%2C1%5D%7CTema/Actividades%20econ%F3micas/actividad%20comercial%7COrganismo%5B5%2C1%5D%7CAutor%5B5%2C1%5D%7CJurisdicci%F3n%5B5%2C1%5D%7CTribunal%5B5%2C1%5D%7CPublicaci%F3n%5B5%2C1%5D%7CColecci%F3n%20tem%Etica%5B5%2C1%5D%7CTipo%20de%20Documento/Doctrina&t=26

- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de la república Argentina. Estrategia Nacional de Consumo y Producción Sostenibles. 2021. Publicada en https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/estrategia_nacional_de_consumo_y_pr oduccion_sostenibles.pdf
- Ministerio de Salud y Ambiente de la República Argentina y PNUMA. Análisis de las políticas e iniciativas relacionadas con el Consumo Sustentable. 2006. Publicado en www.aplicaciones.medioambiente.gov.ar/archivos
- Ministerio de Salud y Ambiente de la República Argentina y Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. 2006.
- Ministerio Público Fiscal, Procuraduría de Criminalidad Económica y Lavado de Activos. Preguntas y respuestas sobre créditos para el consumo. 2014. Disponible en www.mpf.gob.ar/procelac-mercado-de-capitales/files/2018/04/Guía-Usura.pdf
- Mosset Iturraspe, Jorge. Otra muestra del Derecho Privado Constitucional: la Constitución avanza sobre los privilegios concursales. Suplemento de Concursos y Quiebras. 2004.
- Naciones Unidas y United Nations Environment Programme (UNEP). Manual de educación para un consumo sostenible Youth x Change (Jóvenes por el cambio). 2010.
- Nino, Carlos. Dworkin y la disolución de la controversia "positivismo vs. iusnaturalismo", Revista Latinoamericana de Filosofía, vol. 6. 1980.
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). Desarrollo Económico Local y Empleo: material para promotores. Módulo 1 del material de enseñanza. 2008. Disponible en http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/--- led/documents/instructionalmaterial/wcms_112309.pdf.
- Ortega, Iñaki. El mundo líquido de Bauman. CincoDías. El País. Sección Economía. Tribuna. Publicado el 11-07-2017. Disponible en https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/01/11/economia/1484157123_140932.htm

- Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales y Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.
- Pacto de San José de Costa Rica.
- Parra, Ricardo y Testa, Martín. El adulto mayor como consumidor hipervulnerable de los servicios de salud. Ponencia presentada en el XVIII Congreso Argentino de Derecho del Consumidor. II Encuentro Nacional de Profesores de Derecho del Consumidor. Comisión III: Consumidores Hipervulnerables. 2018.
- Perón, Juan Domingo. Mensaje Ambiental a los Pueblos y Gobiernos del Mundo. 21/02/1972. Madrid. Disponible en <http://archivoperonista.com/documentos/declaraciones/1972/mensaje-ambiental-peron-pueblos-gobiernos-mundo/>
- Pochtar, Nora y Pszemiarower, Santiago. Adultos Mayores - Derechos Humanos - Avances y Desafíos. Disponible en <https://www.apdh-argentina.org.ar/areas/adultos-mayores/Adultos-Mayores-Derechos-Humanos-Avances-Desafios>
- Prensky, Mark. Digital natives, digital immigrants. On the Horizon vol. 9, N° 5. Disponible en [https://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](https://www.marcprensky.com/writing/Prensky-NATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf)
- Programa 21: Plan de acción para el desarrollo sostenible aprobado en la Cumbre de La Tierra. Río de Janeiro. 1992.
- Proyecto de ley 11.059 Expte. D 635 17. Neuquén, 4 de septiembre de 2017.
- Pujadas, Carlos y otros. Ponencia: El Consumo Sostenible: concepto y relevancia para los países de América Latina. La ponencia es un avance de la investigación titulada “Aproximación multidisciplinaria al concepto de Consumo Sostenible y descripción de su relevancia para el Desarrollo Sostenible. Propuestas para la aplicación del concepto en las carreras de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Católica de Cuyo”, que se desarrolla dentro del marco del Instituto de Desarrollo Sostenible de la Universidad Católica de Cuyo en la provincia de San Juan. Disponible en <https://www.austral.edu.ar/eedu/wp-content/uploads/2017/05/Consumo-Sostenible-concepto-y-relevancia-para-LATAM.pdf>
- Real Academia Española. Diccionario de la lengua española. Ed. Del tricentenario. Disponible en www.rae.es
- Resolución del Consejo de Derechos Humanos de la ONU. 07/10/2021. 48° período de sesiones. Tema 3 de la agenda “Derechos humanos de las personas de edad”.

Promoción y protección de todos los derechos humanos, civiles, políticos, económicos, sociales y culturales, incluido el derecho al desarrollo.

- Resolución del Parlamento Europeo del 22/05/2012. Disponible en https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-7-2012-0209_ES.html
- Rodríguez Rabadán, David. Proceso de Decisión del Consumidor: Factores explicativos del visionado de películas en sala de cine. Tesis doctoral en la Universitat Internacional de Catalunya. 2014.
- Romani, Matías. Crímenes Perfectos. Una antología de la sociedad de consumo. VI Jornadas de Sociología de la UNLP. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata. 2010. Disponible en <https://www.academica.org/000-027/732>
- Sahián, José. Derecho a un trato equitativo y digno. Diario Consumidores y Usuarios Nro. 147. 2018. Disponible en <https://dpicuantico.com/sitio/wp-content/uploads/2018/02/Sahi%C3%A1n-Consumidor-20.02-Parte-I.pdf>
- Sánchez Aspajo, Pedro. El consumidor en la era digital. Facultad de Ingeniería de Sistemas e Informática. Universidad Nacional de la Amazonia Peruana. 2015. Disponible en <https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/20.500.12737/5853>
- Sánchez Vera, Pedro. Homogeneidad y diferenciación en la tercera edad. Bases para una sociología de la ancianidad, en "Sociedad y Población Anciana". Murcia: Universidad de Murcia. 1993.
- Sánchez Vera, Pedro y Bódalo Lozano, Ester. Necesidades, tiempo y consumo. El consumidor mayor Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria, núm. 9. Sociedad Iberoamericana de Pedagogía Social Sevilla, España. 2002. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=135018332018>
- Santarelli, Fulvio. Novedades en el régimen de contratación con el consumidor, en Suplemento especial La Ley. Reforma a la Ley de Defensa del Consumidor. 2008.
- Sartor, Giovanni. New aspects and challenges in consumer protection. European University Institute. Disponible en [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/648790/IPOL_STU\(2020\)648790_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/648790/IPOL_STU(2020)648790_EN.pdf)
- Secretaría de Comercio Interior. Resolución de la N° 139/2020.

- Segovia, Juan. Las raíces constitucionales del estado argentino. Un estudio de las convenciones de 1853 y 1860. *Ius Historia. Investigaciones* N° 5. 2008. Disponible en www.salvador.edu.ar/juri/reih/index.htm
- Selwyn, Neil. Apart from technology: understanding people's non-use of information and communication technologies in everyday life. *Technology in Society*. vol. 25, N° 1. Ed. Elsevier. 2003.
- Sen, Amartya. Orígenes del enfoque de Desarrollo Humano. Disponible en www.revistadesarrollohumano.org/quees.asp
- Slater, Don. *Consumer Culture And Modernity*. Polity Press. 1999.
- Stiglitz, Gabriel. La defensa del consumidor en el Código Civil y Comercial de la Nación. Publicado en: *Sup. Especial Nuevo Código Civil y Comercial*. 2014. Disponible en www.scba.gov.ar/leyorganica/ccyc30/pdfley/Stiglitz_Ladefensadelconsumidorenelccyc.pdf
- Sunkel, Guillermo y Ullman, Heidi. Las personas mayores de América Latina en la era digital: superación de la brecha digital. *Revista CEPAL*. 2019. Disponible en <https://www.cepal.org/es/publicaciones/44580-personas-mayores-america-latina-la-era-digital-superacion-la-brecha-digital>
- Talamoni, Pablo. Derecho del ciudadano o residente a comprender el lenguaje de la administración, exigible administrativa y judicialmente. Tesis doctoral defendida en el Doctorado en Ciencias Jurídicas de la Universidad Nacional de La Matanza. 2021.
- Tambussi, Carlos. Consumidores, usuarios y la constitucionalización del Derecho Privado en el Nuevo Código Civil y Comercial de la Argentina. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5505762>
- Tambussi, Carlos. Los derechos de usuarios y consumidores son derechos humanos. Publicado en *Lex - Revista de la Facultad de Derecho y Ciencia Política*. 2014. Disponible en <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LEX/article/view/38>
- Tévez, Alejandra. El deber de advertencia en las relaciones de consumo. *Revista La Ley* N° 81. 2015-C.
- Tévez, Alejandra y Souto, María. Trato "indigno" y daño punitivo. Aplicación del art. 8 bis de la Ley de Defensa del Consumidor. Publicado en *La Ley*. 2016.
- Torres Buteler, Eduardo. La protección del consumidor a la luz de los tratados internacionales de derechos humanos. *Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias*

- Sociales de la Universidad Católica de Córdoba. 2010. Disponible en <http://revistas.bibdigital.uccor.edu.ar/index.php/RFD/article/view/1190/1276>
- Ucín, María. Las instrucciones de aplicación del Código Civil y Comercial. Un análisis interpretativo del artículo 3°. Disponible en revistas.unlp.edu.ar
 - Urresti, Marcelo. Las cuatro pantallas y las generaciones jóvenes. 2012. Disponible en <https://docplayer.es/65326196-1-las-cuatro-pantallas-y-las-generaciones-jovenes.html>
 - Vadillo, Mario. Trato digno: Concepto de ley de defensa al Consumidor y su aplicación. Disponible en <http://www.protectora.org.ar/legislacion/trato-digno-no-a-las-colas-a-la-falta-de-respeto-a-la-vejacion/1502/>
 - Vázquez Ferreira, Roberto. La obligación de seguridad. La Ley. Suplemento especial, "Obligación de Seguridad". Bs.As. 2005. Y Gregorini Clusellas, Eduardo. La obligación de seguridad en la relación de consumo y su base constitucional. Revista La Ley. Número 2010 F.
 - Veiga Copo, Abel. Mayores y vulnerables: la exclusión en la revolución tecnológica. Cinco Días. El País Economía. El Foco. 2022. Disponible en https://cincodias.elpais.com/cincodias/2022/03/08/opinion/1646743945_302418.html
 - Wortman, Ana. Subjetividad y sociedad de consumo en la Argentina de los noventa. El impacto del toyotismo. Revista electrónica de estudios latinoamericanos. 2002. Disponible en https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/elatina/article/view/2701/pdf_62
 - Yanes, Javier. Artículo periodístico titulado "El origen y los mitos de la obsolescencia programada". 2020. Disponible en <https://www.bbvaopenmind.com/tecnologia/innovacion/origen-y-mitos-de-obsolescencia-programada/>
 - Zacarías, Yamil. Consumidores Hipervulnerables Digitales. 2021. Disponible en <https://www.estudioportela.com.ar/publicaciones/51-consumidores-hipervulnerables-digitales>

12. Índice

Carátula	Página 1
Dedicatoria y Agradecimientos	Página 2
Resumen	Página 3
Palabras clave – Tema - Problema	Página 4
Cap. 1. Introducción	Página 5
Preguntas problema	Página 12
Objetivos e Hipótesis	Página 13
Metodología	Página 14
Cap. 2. Marco Teórico	Página 14
Cap. 3. Escenario de desarrollo social e histórico del derecho del consumidor	Página 18
Cap. 4. Estructuración de la tutela jurídica genérica y específica del consumidor en Argentina	Página 24
Cap. 4.1. Antecedentes de la tutela consumeril	Página 24
Cap. 4.2. La Ley de Defensa del Consumidor	Página 28
Cap. 4.3. Tutela constitucional del consumidor	Página 63
Cap. 4.4. Tutela del consumidor en el Código Civil y Comercial de la Nación	Página 66
Cap. 5. El adulto mayor y el consumo	Página 71
Cap. 5.1. Adultos mayores: quiénes son y cuál es su situación	Página 71
Cap. 5.2. Desarrollo internacional en la protección jurídica del adulto mayor	Página 75
Cap. 5.3. Constitucionalización de los derechos de los adultos mayores	Página 85
Cap. 5.4. El adulto mayor como consumidor	Página 89
Cap. 6. El derecho a consumir como derecho humano	Página 114
Cap. 6.1. Derechos humanos	Página 114
Cap. 6.2. La sociedad de consumo	Página 117
Cap. 6.3. El consumo en los tratados internacionales	Página 123
Cap. 6.4. El derecho a consumir como un derecho humano	Página 130
Cap. 7. El consumo mediado por la tecnología en Argentina – Enfoque jurídico	Página 136
Cap. 7.1. Recepción normativa de las operaciones de consumo mediadas por la tecnología	Página 136
Cap. 7.1.1. Ley de Defensa del Consumidor – Ventas domiciliarias, por	Página 136

El derecho de los adultos mayores a acceder al consumo mediado por la tecnología digital en Argentina como eje de la concreción de sus derechos humanos.

correspondencia y otras	
Cap. 7.1.2. Código Civil y Comercial de la Nación – Modalidades especiales	Página 142
Cap. 8. El consumo en entornos digitales en Argentina	Página 151
Cap. 8.1. Evolución del consumo en entornos digitales	Página 151
Cap. 8.2. Algunas definiciones propias del consumo en entornos digitales	Página 154
Cap. 8.3. El adulto mayor en su rol de consumidor en el entorno digital	Página 162
Cap. 8.4. Instrumentos normativos y de política pública específicos	Página 166
Cap. 9. Conclusiones y respuesta a la pregunta: ¿Es el consumo en entornos digitales un espacio que permita concretar el acceso al consumo para el adulto mayor en Argentina?	Página 172
Cap. 10. Propuesta de mejora de la Ley de Defensa del Consumidor	Página 178
Cap. 11. Bibliografía y otros recursos consultados	Página 183
Cap. 12. Índice	Página 202