

LOS CONCEPTOS FUNDAMENTALES DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN EL MERCOSUR

CRISTIAN RICARDO A. PIRIS*

RESUMEN

En 1991, Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay suscribieron el Tratado de Asunción que dio origen el MERCOSUR (Mercado Común del Sur).

Este proceso de integración regional se fijó por objetivo central crear un espacio común sin fronteras, dentro del cual pudiesen circular libremente personas, capitales y mercancías. A tales efectos se impuso como objetivo instrumental la armonización legislativa para impedir que las legislaciones nacionales obstaculicen esta meta.

El derecho del consumidor es una pieza clave de esta armonización, no obstante ello, los avances producidos en la materia han sido escasos.

En el presente trabajo reseñamos la evolución histórica de la integración en el MERCOSUR en lo referido al derecho del consumidor. Posteriormente tomamos un aspecto de este

Fecha de recepción: 15 de octubre de 2004

* Abogado. Universidad Nacional del Nordeste (Corrientes-Chaco. Argentina).

microsistema jurídico, puntualmente, los conceptos fundamentales, a los efectos de someterlos a comparación, y así poder evidenciar diferencias y similitudes. Denominamos conceptos fundamentales del derecho del consumidor a aquellos que sirven de sustrato para la construcción de la base teórica de la materia, ellos son los conceptos de consumidor, proveedor, relación de consumo y bienes.

Para finalizar defenderemos que, en la actualidad, la falta de una regulación común en el MERCOSUR es consecuencia, fundamentalmente, de la ausencia de una real voluntad política, más que a diferencias sustanciales en la visión de los Estados parte sobre esta cuestión.

Palabras clave: MERCOSUR, consumidores, protección del consumidor, apertura económica-América Latina.

ABSTRACT

Argentina, Brazil, Paraguay and Uruguay subscribed Asunción's Treaty that gave origin to the MERCOSUR (Market Common of the South), in 1991.

This process of regional integration noticed for central objective to create a common space without borders, inside of which people, capital and goods can circulate freely. To such effect it imposed like instrumental objective, the international legislation to prevent that the national legislations blocked this goal.

The Consumer's Law is a key piece of this harmonization; nevertheless, the advances that have taken place in the matter have been scarce.

This work points out the historical evolution of the integration in the MERCOSUR in relationship to the Consumer's Law. Later on, we take an aspect of this normative system, particularly, the fundamental concepts, to the effects with the hope of capering to be able to show differences and similarities.

We denominate fundamental concepts of the Consumer's Law to those that serve as the basis for the construction of the theoretical corpus on the matter; namely the concept of: consumer, supplier, consumption relationship and goods. To conclude, we will try to prove that, at the present time, the lack of a common regulation in the MERCOSUR is a consequence, fundamentally, of the absence of any real political will, rather than to substantial differences in the vision of the member States on this matter.

Key words: MERCOSUR, consumer, consumer protection, economic opening-Latin America.

SUMARIO

Introducción

- I. Evolución histórica del reconocimiento de los derechos del consumidor en el MERCOSUR
2. Los conceptos fundamentales del derecho del consumidor en el MERCOSUR

Sección 1. Ámbito subjetivo. Los sujetos en la relación de consumo: consumidor y productor

Sección 2. Ámbito objetivo. El objeto de la relación de consumo: los bienes (productos y/o servicios)

Conclusiones: ¿Es necesaria una política de protección de los consumidores en el ámbito regional?

Bibliografía

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se vuelcan parte de las conclusiones a las que hemos arribado tras dos años de investigación sobre la problemática del reconocimiento normativo de los derechos del consumidor en el MERCOSUR. El tiempo y los fondos necesarios para la realización de este estudio fueron provistos por la Secretaría General de Ciencia y Técnica de la Universidad Nacional del Nordeste.

Los objetivos que nos propusimos cumplir eran los siguientes: en general, tomar conocimiento del estado actual de la normativa jurídica comunitaria, y nacional de los Estados miembros del MERCOSUR sobre la protección de los derechos del consumidor, e indagar sobre la necesidad de la existencia de una política comunitaria de protección al consumidor. El presente trabajo es un punto desagregado de esos objetivos, aquí centraremos nuestra atención en aquellos conceptos fundamentales del Estatuto del Consumidor y que sirven de base para la construcción de la base teórica de todo este subsistema jurídico.

Resulta conveniente destacar que la investigación desarrollada ha sido exploratoria y básicamente bibliográfica. Una investigación exploratoria¹ es, por definición, la que pretende darnos una visión general de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad. Es el tipo de investigación ideal cuando el tema elegido es poco explorado y reconocido. Evidentemente este es el caso de los derechos del consumidor en el MERCOSUR.

Metodológicamente hemos utilizado como base de análisis el sistema jurídico integrado el Tratado de Asunción y sus Protocolos Complementarios, el proyecto de Protocolo de Santa María sobre resolución de conflictos en las relaciones de consumo, las Resoluciones 126/94, 123/96, 124/96, 125/96, 126/96, 127/96 y 48/98 del Grupo Mercado Común, las Constituciones de los cuatro países integrantes del MERCOSUR, la Ley de Defensa del

1 SABINO, CARLOS, *El proceso de investigación*. Panamericana. Santa Fe de Bogotá, 1996, pág. 38.

Consumidor de Argentina (24.240/93 y mod.), el Código de Defensa del Consumidor de Brasil (8.078/90 y mod.), la Ley Paraguaya de Defensa del Consumidor y del Usuario (1.334/98) y la Ley Uruguaya de Defensa del Consumidor (17.250/00).

Con relación al plan de la obra, la misma está integrada por tres partes; en primer lugar realizamos una reseña histórica de la evolución del reconocimiento de los derechos del consumidor tanto del proceso de integración regional como en el derecho interno de los Estados miembros, en segundo lugar analizamos las definiciones normativas que se han elaborado en esta área regional referidos a los conceptos básicos de esta rama del derecho (consumidor, proveedor, relación de consumo, bienes). En la tercera parte se encuentran las conclusiones, no obstante vale la aclaración que hemos optado metodológicamente por incluir opiniones personales a lo largo de toda la obra, por lo que bajo el título conclusiones se hallaran sólo algunas reflexiones últimas y propuestas, pero no propiamente un epílogo conclusivo de todo el trabajo.

1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL RECONOCIMIENTO DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN EL MERCOSUR

Hoy es una verdad fuera de discusión que “los mercados responden con mayor eficacia a las necesidades de los consumidores, aumentándoles sus posibilidades de elegir y de desplegar nuevas tecnologías”, como así también que “todos los países con economía de mercado [...] se encuentran hoy frente al fenómeno de la regionalización”².

En este sentido, normalmente todo proceso de integración regional procura primariamente facilitar los procesos de intercambio de mercancías entre los países involucrados y en sus estadios más

2 REICH, NORBERT, “Mercado, derecho y protección del consumidor. El consumidor como ciudadano”, en revista *Derecho del Consumidor* 10, STIGLITZ, GABRIEL (director), Juris, Rosario, 1999. pág. 38.

avanzados lograr una libre circulación de bienes, personas y capital, es decir, un espacio interior sin fronteras. El MERCOSUR no es la excepción.

Estos procesos de integración han presentado una paradoja en el ámbito de los derechos del consumidor.

La creación de espacios interiores (intrarregionales) donde los bienes puedan circular libremente producen, en general, mejoras en los precios y calidad de los productos y servicios, beneficiando así a los consumidores, pero por otro lado la apertura indiscriminada de fronteras puede redundar en un perjuicio para los consumidores de los países cuyos estados les brinden una protección más completa desde el momento que los tratados de integración usualmente introducen cláusulas que impiden a los Estados miembro restringir el intercambio de bienes argumentando dar cumplimiento a normas de orden interno.

En este dilema se halla inmerso el MERCOSUR. El Tratado de Asunción establece como uno de sus propósitos fundamentales la libre circulación de bienes, servicios y factores productivos entre los países signatarios, a través de la eliminación de derechos aduaneros y de *restricciones no arancelarias a la circulación de mercaderías y cualquier otra medida equivalente* (art. 1). Pero a los efectos de evitar consecuencias no deseadas de este objetivo básico también se ha previsto como propósito la armonización legislativa en las áreas pertinentes, para lograr el fortalecimiento del proceso de integración.

En la confluencia de estos principios seguramente se halla la solución al problema de brindar una efectiva protección al consumidor en el MERCOSUR sin que ello implique, al mismo tiempo, trabas a la libre circulación de los bienes.

Aquí intentaremos explicar cuál ha sido la solución que el MERCOSUR ha dado hasta el momento a esta cuestión y de qué forma han reaccionado los Estados partes ante la misma.

A. EL DERECHO DEL MERCOSUR

En primer lugar debemos reseñar brevemente el sistema de creación de normas elaborado por el MERCOSUR a los efectos de hacer entendible el contexto en el cual se desarrolla el derecho regional³ del consumo, para luego entrar de lleno en el análisis de algunas disposiciones fundamentales dictadas en este sentido.

El MERCOSUR posee un complicado mecanismo de creación de normas. El Tratado de Asunción y el Protocolo Complementario de Ouro Preto establecen su estructura institucional. De ellos se desprende el carácter intergubernamental de este proceso de integración, ya que no se han creado órganos supranacionales, es decir, órganos a los que los Estados miembros hayan delegado competencias legislativas o jurisdiccionales.

Esto nos permite distinguir doctrinariamente entre derecho comunitario originario y derivado. El primero constituido por un conjunto de disposiciones con rango de tratados internacionales⁴,

3 Algunos autores como LAVOPA, desaconsejan denominar al derecho que se está gestando en el MERCOSUR como derecho comunitario argumentando que esta es una denominación que debe reservarse exclusivamente para el Derecho de las Comunidades Europeas, por ese motivo sugiere la utilización de la denominación de “Derecho del MERCOSUR”, para el derecho que se está gestando en este proceso de integración regional. A continuación transcribimos dos párrafos que consideramos particularmente ilustrativos de la posición del autor: “A partir de las investigaciones que vengo realizando sobre la forma en que se viene gestando este derecho, he llegado a la conclusión de que debemos comenzar a utilizar una denominación que identifique el Derecho del MERCOSUR, pero no como Comunitario, porque la palabra “Comunitario”, deriva precisamente de las Comunidades Europeas, como son la Comunidad del Carbón y del Acero, la Comunidad Europea de Energía Atómica y la Comunidad Económica Europea, hoy Unión Europea, de todo ello deriva el nombre de Derecho Comunitario.

No es sólo un problema semántico. Es que lo nuestro no está gestándose de la misma manera. Está adquiriendo una forma propia y muy original, creando un orden jurídico que no se está realizando conforme a las fórmulas o mecanismos que nosotros (...) vimos como modelo ideal. Esto es la creación de un órgano autónomo, como puede ser la Comisión Europea”. Cf. LAVOPA, JORGE HORACIO. “La creación del Derecho del MERCOSUR”, en *Rev. La Gaceta del MERCOSUR* n° 15.

4 Tratado de Asunción, sus protocolos, y los instrumentos adicionales o complementarios, así como los acuerdos celebrados en el marco del Tratado de Asunción y sus Protocolos. Art. 41, I y II Protocolo Ouro Preto.

y el segundo compuesto por normas emanadas de los órganos de gobierno de la comunidad regional⁵ que, para ser obligatorios, deben ser incorporados al ordenamiento jurídico de cada Estado a través de normas de orden interno.

Las normas del MERCOSUR no tienen eficacia directa e inmediata, sino que para entrar en vigor deben ser incorporadas a los ordenamientos jurídicos nacionales, el Protocolo de Ouro Preto establece el carácter obligatorio de estas normas pero en el sentido que los Estados parte se comprometen a incorporarlas a su derecho interno mediante los procedimientos previstos por la legislación de cada país⁶.

También es importante destacar que el MERCOSUR ha establecido un sistema de “vigencia simultánea de las normas derivadas” de forma tal que éstas entran en vigor al mismo tiempo para todos los Estados parte, pero sólo una vez que hayan sido incorporadas al orden jurídico interno de cada uno de ellos.

B. LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN EL MERCOSUR

En 1994 el GMC emitió la Resolución 126/94 por la cual dispuso que hasta tanto no sea aprobado un Reglamento Común para la Defensa del Consumidor, cada Estado Parte aplicará su propia legislación tuitiva del consumidor a los productos y servicios que se comercialicen en su territorio. Pero dejando a salvo que en ningún caso se podrá imponer a los bienes provenientes de los Estados partes del MERCOSUR exigencias superiores a las que se aplica a los productos y servicios oriundos de terceros países.

5 Decisiones del Consejo del Mercado Común (en adelante CMC), Resoluciones del Grupo Mercado Común (en adelante GMC), y Directivas de la Comisión de Comercio del MERCOSUR (en adelante CCM) Art. 41, III Protocolo Ouro Preto.

6 Las demoras en la incorporación de estas normas han llevado al dictado de normativas de diferente rango, como la Resolución n° 22/98 GMC o la Decisión N° 3/99 CMC instando al los Estados parte al dictado de las normas correspondientes.

Por las Directivas 1/95, 17/96 y 18/96 se crearon 10 Comités Técnicos en la órbita de la CCM. En este marco se constituyó el Comité Técnico N° 77 de “Defensa del consumidor” que fue instituido con la misión fundamental de elaborar un proyecto de Reglamento del consumidor para el MERCOSUR.

El GMC, por recomendación del CT N° 7, ha emitido varias Resoluciones referidas a los derechos del consumidor. Las Resoluciones 123/96 a 127/96 GMC fueron aprobadas en Fortaleza (Brasil) el 13 de diciembre de 1996.

La Resolución 123/96, se originó en la propuesta N° 9/96 de la CCM y la recomendación N° 1/96 del CT N° 7, y se refiere a la delimitación de conceptos fundamentales como consumidor, proveedor y relación de consumo.

La Resolución 124/96, se originó en la propuesta N° 10/96 de la CCM y la recomendación N° 2/96 del CT N° 7. Esta resolución es quizá la de mayor importancia sancionada hasta el momento, por cuanto establece una declaración de los derechos básicos de los consumidores. Este es un moderno catálogo de derechos, más actualizado que los contenidos en las Directrices de la ONU de 1985 y acorde a los más actuales parámetros establecidos por CI-ROLAC (Consumers International, Oficina Regional para América Latina y el Caribe) en la Ley Modelo para la Protección de los Derechos del Consumidor de América Latina y el Caribe⁸.

La Resolución 125/96, se originó en la propuesta N° 11/96 de la CCM y la recomendación N° 3/96 del CT N° 7. En este documento se fijan pautas concretas tendientes a lograr una efectiva protección de la salud y seguridad de los consumidores.

Finalmente, la Resolución 126/96, se originó por propuesta N° 12/96 de la CCM y la recomendación N° 4/96 del CT N° 7. Esta norma establece los distintos parámetros a los cuales deberá adecuarse la publicidad de los bienes y servicios destinados al consumo a los efectos de no ser considerada abusiva o engañosa.

7 En adelante CT N° 7.

8 <http://www.consumidoresint.cl/> (última consulta, 14/10/04)

Cabe destacar que en la misma reunión de Fortaleza donde se aprobaron las cuatro resoluciones antes indicadas, también se sancionó una quinta resolución bajo el número 127/96, pero luego fue sustituida por la Resolución 42/98 aprobada en Rio de Janeiro el 8/12/98, por propuesta N° 14/98 de la CCM. En ésta se establecen las condiciones y alcances que deberá cumplir toda garantía contractual de los productos o servicios ofrecidos a consumidores en el MERCOSUR.

Resulta conveniente resaltar que todas las resoluciones citadas establecen expresamente en su normativa que sus prescripciones deberán ser incorporadas a los ordenamientos jurídicos nacionales y entrarán en vigor una vez concluido el Reglamento Común sobre Defensa del Consumidor, del cual formarán parte.

A finales de 1997 (Acta 07/97), la CT N° 7 había logrado consensuar una versión definitiva del proyecto con la finalidad de ser elevado a la CCM para su tratamiento y aprobación, en la inteligencia que la labor no había acabado aún (de hecho al final del documento se ponían de manifiesto los puntos controvertidos) pero se había logrado una “norma básica” donde se plasmaron las coincidencias a las que se había arribado. En este aspecto resulta particularmente relevante destacar la decisión de que este cuerpo normativo no tuviera el carácter de “Reglamento” (derecho derivado), como primariamente se previó, sino de “Protocolo” (derecho originario), y que una vez depositados los instrumentos de ratificación fuera considerado parte integrante del Tratado de Asunción.

Este significativo avance quedó trunco en el seno de la CCM cuando poco tiempo después Brasil, a pesar de la labor de sus representantes en el CT N° 7, se negó a suscribir el proyecto argumentando que no podían tolerar que el mencionado instrumento implique una disminución en los niveles de protección que su legislación interna garantiza a sus consumidores. Puntualmente se oponían a otorgarle sin más discusión el rango de Protocolo al documento legal y a no haberse respetado el criterio sentado en el MERCOSUR en lo referente a los procesos de armonización, en los

cuales debe tomarse como referencia la legislación más avanzada y los estándares internacionales en la materia.

Más allá de cualquier objeción a este planteo, que puede resultar atendible, merece destacarse que Brasil sentó una posición fuerte en el MERCOSUR en la defensa de sus consumidores, en el sentido que la normativa comunitaria no puede implicar una disminución en los niveles de protección que su propia legislación interna garantiza a los consumidores.

La llamativa conducta de Brasil quizá pueda explicarse por la mala aceptación que el proyecto de Protocolo tuvo en la opinión pública de ese país. Recordemos que Brasil cuenta con una de las legislaciones más avanzadas del mundo en esta materia y también con un consumidor promedio más informado y exigente que el promedio de consumidor de los restantes países del MERCOSUR. Los periódicos brasileños de finales del setenta evidencian que tanto asociaciones de consumidores como proveedores fustigaban el proyecto, los primeros argumentando que implicaba para ellos la pérdida de derechos adquiridos y los otros porque deberían dejar sin efecto cuantiosas inversiones realizadas para poner sus productos y servicios al nivel exigido por los requerimientos legales.

Este hecho puso las negociaciones en un punto muerto, incluso Brasil deseaba continuar con las reuniones del CT N° 7 pero los restantes países consideraban que el cometido del mismo ya había sido cumplido.

Posteriormente las reuniones del CT N° 7 se reiniciaron y en su seno se debatieron básicamente dos posturas: Formular una “Declaración de Principios Generales del Consumidor” a manera de pautas mínimas a observar, y/o realizar un listado no exhaustivo de temas respecto de los cuales sería factible adoptar medidas concretas, puntualmente otorgar vigencia a las cinco resoluciones aprobadas por el GMC y no supeditarlas a la aprobación del Reglamento Común como estaba previsto.

Finalmente se ha decidido tomar el camino originariamente previsto por Res. 126/94 del GMC y por la Dir. 1/95 de la CCM. En este sentido el Programa de Acción 2000 establecía como objetivo prioritario del CT N° 7

“Concluir e implementar el Reglamento Común de Defensa del Consumidor, marco que deberá garantizar los derechos del consumidor en el espacio económico ampliado, sin constituir obstáculos innecesarios al comercio”,

en consonancia con este objetivo en diciembre de 2000 los presidentes del MERCOSUR, reunidos en Florianópolis, emitieron una Declaración de Derechos Fundamentales de los Consumidores del MERCOSUR, comprometiéndose a una armonización progresiva de sus legislaciones en este aspecto.

B.1. EL PROYECTO DE PROTOCOLO

El proyecto oportunamente concertado fue sin duda el avance más significativo que pudo producirse hasta la fecha. Esa normativa contenía un conjunto de conceptos fundamentales, muy claros, como ser el de consumidor, proveedor, relación de consumo, producto, contrato de adhesión, etc. lo que posibilitaría uniformar criterios y superar “casos de penumbra” como por ejemplo el estatus del consumidor - empresario, consumidor a título gratuito, consumidor indirecto, profesionales liberales como empresarios, etc. que no han merecido un tratamiento similar en el derecho interno de los países integrantes del MERCOSUR.

Otro aporte significativo era el moderno catálogo de derechos del consumidor que se encontraba “reglamentado” por un conjunto de disposiciones que regulaban tuitivamente todo el proceso de consumo desde el período precontractual, hasta la formación y ejecución del contrato. Las disposiciones de la Resolución 124/96, que fuera íntegramente incorporadas al Proyecto de Reglamento, consagraban expresamente los derechos básicos del consumidor comunitario y servían como norte orientador en la interpretación de todas las restantes normas dictadas en la materia. Pero curiosamente omitía toda disposición referida a medios de solución de conflictos, a pesar de consagrar como un derecho esencial de los consumidores el efectivo acceso a la justicia (Ap. 6 Res. 124/96 GMC). Este punto resulta de trascendental importancia ya que la eficacia de las medidas de protección al consumidor

no sólo depende del reconocimiento de derechos, sino primordialmente de la articulación de medios eficaces y adecuados para hacerlos efectivos. Quizá sea esta una omisión deliberada en la inteligencia que todos los aspectos vinculados con la cuestión “procesal” de la defensa del consumidor serían regulados por el Protocolo de Santa María.

Precisamente, el 17 de diciembre de 1996, el CMC suscribió en Fortaleza (Brasil), el Protocolo de Santa María sobre Jurisdicción Internacional en Materia de Relaciones de Consumo, fruto del trabajo de la Reunión de Ministros de Justicia del MERCOSUR. Este Protocolo fija el procedimiento y los tribunales competentes para entender en cuestiones controvertidas nacidas de las relaciones de consumo, cuando proveedor y consumidor tengan su domicilio en distintos Estados del MERCOSUR, o cuando teniendo domicilio en un mismo Estado la prestación característica de la relación de consumo tenga lugar en otro Estado del MERCOSUR. El Protocolo, que aún no se encuentra vigente, se aplicará básicamente a contratos de consumo internacionales, brindando al consumidor el beneficio de litigar en su país.

C. LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN EL DERECHO INTERNO DE LOS PAÍSES MIEMBROS DEL MERCOSUR

En el plano nacional la legislación brasilera fue la primera en consagrar positivamente los derechos del consumidor en 1990 y del análisis de su texto legal no caben dudas que ha receptado las más modernas corrientes en materia de defensa del consumidor. Hasta la denominación misma de la legislación apuntala esta consideración dado que es el único país que denomina “Código” a su normativa en la materia.

Este adelanto se debe en gran parte a que la República del Brasil puso en vigencia el 5 de octubre de 1988 una nueva constitución con “...una letra de avanzada, moderna e innovadora”⁹, en la cual se recepcionaban expresamente los derechos del consumidor,

9 LOPRESTI, ROBERTO, *Constituciones del MERCOSUR*. Unilat. Bs. As. 1997, pág. 126.

estableciendo como una obligación del Estado promover la defensa del mismo a través de una ley especial (art. 5 inc. XXXII, art. 170 inc. V, y art. 48 de disposiciones transitorias).

En sentido contrario, Argentina, tuvo que recorrer un largo y penoso camino desde el primer proyecto de Ley de Defensa del Consumidor a partir de la iniciativa del senador Luis León hasta la Ley 24.240, la reforma constitucional de 1994 y finalmente la Ley N° 24.999.

En 1986 se presenta en la Cámara Alta el primer proyecto de ley de Defensa del Consumidor por iniciativa del senador antes señalado. Este proyecto era un verdadero “Código” que abarcaba incluso la organización de tribunales especiales y cuestiones de procedimiento¹⁰. Luego de siete años de trámite parlamentario, con sucesivas modificaciones en ambas Cámaras y fuertes *lobbys* empresarios¹¹ para impedir su aprobación se sanciona la Ley N° 24.240 conocida como de Defensa del Consumidor, la cual fue a medias mutilada por un veto presidencial¹² (decreto 2.089/93)¹³.

Posteriormente, Argentina se ha puesto a tono con las legislaciones más avanzadas del derecho comparado, a partir de la reforma constitucional de 1994 que consagró expresamente los derechos del

10 MOSSET ITURRAPE, JORGE y LORENZETTI, RICARDO, *Defensa del consumidor - Ley 24.240*. Rubinzal Culzoni. Santa Fe, 1994, pág. 32.

11 LOS DOCTORES RUBÉN S. STIGLITZ y GABRIEL A. STIGLITZ, en el año 1994 exteriorizan su preocupación en los siguientes términos: “El decreto presidencial que vetó una parte importante y esencial de la ley, deja un mensaje de alerta, pues frente a una sanción legal casi unánime, la presión de grupos empresariales fue suficiente para diezmar el nivel de protección”, en STIGLITZ, GABRIEL. *Defensa de los consumidores de productos y servicios. Daños-Contratos*. La Rocca. Bs. As. 1994, pág. 35.

12 LOS MISMOS AUTORES ANTES CITADOS ILUSTRAN CON NUMEROSOS EJEMPLOS, EXTRAÍDOS DE TITULARES DE PERIÓDICOS DE LA FECHA, EL FUERTE LOBBY EMPRESARIO EJERCIDO UNA VEZ APROBADA LA LEY PARA LOGRAR EL VETO PRESIDENCIAL, INCLUSO COMENTAN COMO DOS FAMOSAS ASOCIACIONES DE CONSUMIDORES PARTICIPARON DE ESTE LOBBY EN CONSONANCIA CON LOS EMPRESARIOS EN CONTRA DE LOS INTERESES DE SUS PROPIOS REPRESENTADOS. STIGLITZ, GABRIEL y STIGLITZ, RUBÉN. *Derecho y defensa de los consumidores*. La Rocca. Bs. As. 1994, págs. 90-93.

13 PARENTE, RODOLFO y GONZÁLEZ, LUIS, “Trámite parlamentario de la Ley 24240”, en MOSSET ITURRAPE, JORGE y LORENZETTI, RICARDO. *Defensa del Consumidor - Ley 24.240*, Rubinzal Culzoni. Santa Fe, 1994, págs. 415-416.

consumidor (art. 42)¹⁴ y las Leyes 24.568 (1995), 24.787 (1997) y fundamentalmente la 24.999 (1998), todas ellas, ampliatorias de la 24.240, aunque la implementación de las normas citadas dejen aún mucho que desear¹⁵.

Paraguay, luego del grave retraso que implicó el veto presidencial a un proyecto aprobado por el Poder Legislativo en el año 1993, demoró cinco años en aprobar la Ley N° 1.334 de defensa del consumidor, donde claramente ha tomado como de fuente la ley modelo de CI – ROLAC, las conclusiones del CT N° 7, y la legislación de Brasil y Argentina.

Con relación a Uruguay, este fue el último país de la región en aprobar una ley de protección del consumidor (septiembre 1999) a la cual llamativamente denominaron Ley N° 17.189 de Relaciones de Consumo rompiendo con una práctica casi uniforme de acentuar la protección del consumidor en el título mismo de la ley, no obstante dicha ley fue luego derogada por la N° 17.250 (agosto 2000), titulada de Defensa del consumidor.

Las legislaciones de los dos últimos países presentan algunas carencias en lo que hace a la responsabilidad por daños al consumidor pero en lo restante no presentan diferencias sustanciales con las normas de Brasil y Argentina.

Indudablemente esta fuerte disparidad en las legislaciones que se evidenció hasta las postrimerías del nuevo siglo ha sido fuente de no pocas desavenencias en el seno del CT N° 7, visto la inexistencia de una base de principios comunes sobre los cuales sentarse a discutir.

14 Según la opinión de GABRIEL STIGLITZ, “Los derechos reconocidos lo han sido con una enorme riqueza. A nivel constitucional, nuestra declaración ha sido la más importante del mundo”. En *Reglas para la defensa de los consumidores y usuarios* 2. Juris. Rosario, 1998, pág. 13.

15 El propio STIGLITZ manifiesta, luego de afirmar que a nivel mundial tenemos la declaración constitucional más importante en materia de defensa del consumidor que “lamentablemente, [...], somos de los menos importantes del mundo en cuanto a su aplicación...”, en *Reglas para la defensa de los consumidores y usuarios* 2. Juris. Rosario, 1998, pág. 13.

Una vez llegados a este punto podemos adentrarnos en el análisis de las disposiciones comunitarias y nacionales hasta aquí referidas. A este examen dedicaremos los siguientes apartados.

2. LOS CONCEPTOS FUNDAMENTALES DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN EL MERCOSUR

En esta parte del trabajo entraremos de lleno en la delimitación de los conceptos básicos del Derecho del Consumidor en el MERCOSUR.

La filosofía del derecho estudia lo que se denomina la teoría de los conceptos jurídicos básicos, éstos son una serie de conceptos fundamentales que sirven de base para la construcción de muchos otros. Son conceptos básicos del derecho términos como sanción, responsabilidad, obligación, persona, etcétera. A partir de estos conceptos primarios se elaboran otros más complejos que los incluyen¹⁶. Para la construcción de estos conceptos básicos se utilizan normalmente los criterios vigentes en el lenguaje ordinario, al que luego se le agregan ciertas especificaciones para reducir su vaguedad y ambigüedad, transformando así un término vulgar en otro técnico-jurídico.

Haciendo una analogía denominamos conceptos fundamentales o básicos del derecho del consumidor a aquellos que nos permiten construir la base teórica de todo este subsistema jurídico, razón por la cual consideramos oportuno iniciar la labor exploratoria que nos ocupa por esta temática. Por otra parte consideramos que introducir claridad sobre los conceptos de los términos a utilizar es una condición necesaria para circunvalar falsos desacuerdos,

16 NINO, CARLOS, *Introducción al análisis del derecho*. Astrea. Bs. As., 1998, págs. 165 y sigs.

“si no tenemos claro cuál es el fondo o la raíz de las discrepancias, vale decir, por qué se discute, será estéril todo esfuerzo de argumentación racional y las disidencias persistirán, quizás agravadas”¹⁷.

SECCIÓN 1. ÁMBITO SUBJETIVO.

LOS SUJETOS EN LA RELACIÓN DE CONSUMO: CONSUMIDOR Y PRODUCTOR

A. LA NOCIÓN DE CONSUMIDOR

Al momento de ir a las definiciones no podemos marchar con la ingenuidad de suponer que debemos encontrar una definición “única y verdadera”, y descartar todas las demás por erróneas. Definir una palabra es simplemente indicar su significado¹⁸. Por ello no debemos ilusionarnos con la idea de captar la esencia o naturaleza de la entidad consumidores; porque como afirma NINO la relación entre los símbolos lingüísticos y la realidad es meramente convencional y no natural¹⁹.

Por los motivos antes señalados sólo intentaremos brindar una visión panorámica de las dificultades que se pueden encontrar a la hora de definir este término, como así también señalar aquella definición que mejor nos permita captar las propiedades caracterizantes del “objeto” al cual se designa con mayor frecuencia como consumidor en los textos legales sometidos a estudio.

En este sentido resulta útil marcar un norte orientador, vamos a una definición para eliminar la ambigüedad y reducir la vaguedad del lenguaje natural, y consecuentemente poder brindar explicaciones teóricas científicamente útiles²⁰.

17 CARRIÓ, GENARO, *Notas sobre derecho y lenguaje*. Abeledo-Perrot. Bs. As., 1998, pág. 25.

18 GUIBOURG, RICARDO; GHIGLIANI, ALEJANDRO y GUARINONI, RICARDO, *Introducción al conocimiento científico*. Eudeba. Bs. As. 1998, pág. 53.

19 NINO, CARLOS, *op. cit.*, pág. 251.

20 COPI, IRVING, *Introducción a la lógica*. Eudeba. Bs. As., 1997, págs. 123-128.

La definición de consumidor es en parte lexicográfica y en parte estipulativa, pero en lo que a nuestra disciplina respecta, principalmente teórica²¹. Es decir, si bien cualquier autor tiene derecho a definir los términos que habrá de utilizar en sus trabajos como le plazca, conviene no ocuparse de ese tipo de definiciones denominadas estipulativas, por cuanto no presentan mayor interés a los efectos de esta investigación. En cambio no podemos desentendernos de las definiciones lexicográficas porque nos informan sobre el uso más difundido que se hace de una palabra en una determinada comunidad lingüística.

De todos modos las definiciones que encontramos en el ámbito del derecho del consumidor son del tipo teóricas, visto que extender el concepto de consumidor, por ejemplo; a contratantes a título gratuito implica la aceptación de la teoría que sustenta esta posición.

Veamos en primer lugar algunas definiciones lexicográficas.

El término consumidor ha existido mucho antes de ser “tomado” por el derecho para nominar una de sus ramas, claramente no es una expresión creada por la ciencia jurídica aunque ésta pretenda resignificarlo, y por ello a manera de ilustración resulta conveniente pasar revista a diferentes definiciones lexicográficas, a saber: por ejemplo; el diccionario de la real academia española define consumidor como el que consume, y consumir como extinguir, destruir, o utilizar alguien comestibles u otros géneros para su sustento²². Desde un punto de vista etimológico consumir proviene del latín *consumere* y significa extinguir, gastar cosas que se extinguen con el uso²³.

Desde el punto de vista económico se define consumo también como extinción, destrucción, o gasto. Para la economía política el consumo es la última etapa del proceso económico, a saber:

21 Ídem, págs. 134 a 142, allí pueden verse con mucha claridad los diferentes tipos de definiciones.

22 Real Academia Española. *Diccionario de la lengua española*. Madrid, 1984.

23 GARCÍA DE DIEGO, VICENTE, *Diccionario etimológico español e hispánico*. SAETA. Madrid, 1954, pág. 186.

producción, circulación y consumo. Toda la actividad humana está dirigida a la obtención de bienes que han de ser usados, directa o indirectamente, en la satisfacción de sus necesidades. El consumo puede ser inmediato o lento. Por ejemplo, el consumo es inmediato en los casos de alimentos, y es lento en el caso del desgaste de las máquinas por el uso²⁴.

De estas definiciones se desprende como elemento común que consumidor es todo aquel sujeto que a partir del uso extingue, degrada o destruye los bienes, principalmente cuando se refiere a alimentos y medicamentos.

A.1. LAS DEFINICIONES NORMATIVAS

Por regla general, en las definiciones jurídicas se utilizan definiciones de tipo connotativas que determinan el *definendum* (lo que se quiere definir) a través del procedimiento de establecer el género próximo y diferencia específica (*per genus et differentiam*)²⁵. Así, todos los integrantes del conjunto consumidores presentarán alguna propiedad en común con alguna otra categoría ya conocida, por ejemplo; compradores, y alguna otra propiedad que permita aislarlo en una subclase a través de alguna propiedad en común que abarque solamente a esta última y que no sea compartida por ninguna otra subclase, por ejemplo; compradores destinatarios finales de bienes.

Con relación a las definiciones normativas algunos autores sostienen que es impropio de las leyes definir los términos que utiliza ya que esta es una tarea de la doctrina y que las normas jurídicas deben limitarse a regular las conductas de las personas, llegando incluso a sostener que en este sentido las definiciones legales no obligan al intérprete.

24 BACH, JUAN RENÉ, *Enciclopedia Omeba de Contabilidad, Economía, Finanzas y Dirección de Empresas*, s/p, t. 2. Omeba. Bs. As., 1967.

25 SPECTOR, HORACIO, "Definiciones jurídicas", en *Enciclopedia Iberoamericana de Filosofía*, t. 11 - *El derecho y la justicia*. Trotta. Consejo Superior de Investigaciones Científicas y *Boletín Oficial del Estado*. Madrid, 1996, pág. 286.

Alcanzado este punto podemos hacer alguna disquisición, en el sentido que conviene no confundir definiciones legales o normativas con definiciones jurídicas, las primeras son definiciones que se hallan contenidas en un sistema jurídico determinado y las otras “establecen el significado de términos utilizados característicamente para formular proposiciones de derecho”²⁶.

Evidentemente, ahora nos ocupan las definiciones legales. Con relación a estas se han pronunciado dos tesis: la tesis normativista y la tesis de la función identificadora. Según la primera una definición legal es una norma que prescribe cierta conducta lingüística, es decir, constriñe a entender las correspondientes expresiones en el sentido que el legislador le atribuye. Con relación a la tesis de la función identificadora, las definiciones legales sirven básicamente para identificar las normas en las que figuran los términos definidos, normalmente el legislador utiliza los términos en el mismo sentido que el uso común pero cuando decide apartarse de él, incluye en la ley una definición en la que estipula el significado que le dará a esa palabra. Entonces podemos afirmar que las definiciones legales no crean nuevas obligaciones para el común de la gente pero “determinan el alcance de las obligaciones contenidas en las normas jurídicas”²⁷, y de allí su trascendental importancia.

A.2. LAS DEFINICIONES LEGALES

Recordemos que en un principio el concepto de consumidor estaba ligado al comprador de productos alimenticios y farmacéuticos y la idea que el Estado debía intervenir a los efectos de proteger su salud y seguridad. Por ello no es casual que las primeras definiciones legales de consumidor la encontremos en los Códigos Alimentarios llegándose con el tiempo a la concepción más amplia del consumidor

26 Ídem, pág. 285.

27 Ídem, págs. 285-286.

como sujeto del tráfico económico, como destinatario final de bienes y servicios.

En el ámbito del MERCOSUR la Resolución 123/96 del GMC²⁸ ha definido consumidor en los siguientes términos:

“es toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final en una relación de consumo o en función de ella.

Equipárense a consumidores a las personas, determinables o no, expuestas a las relaciones de consumo.

No se considera consumidor o usuario a aquel que sin constituirse en destinatario final, adquiere, almacena, utiliza o consume productos o servicios con el fin de ser integrados en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros”.

Por su parte el art. 2 del Código del Consumidor del Brasil²⁹ define al consumidor estableciendo que:

“es toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final.

Equipárese a consumidor, a las colectividades de personas, aunque indeterminables, que hayan intervenido en las relaciones de consumo”.

La Ley Paraguaya de Defensa de los Consumidores y Usuarios³⁰ establece en su art. 4 que se entenderá por consumidor y usuario

“a toda persona física o jurídica nacional o extranjera que adquiriera, utilice o disfrute como destinatario final de bienes o servicios de cualquier naturaleza”.

Por su parte la Ley Uruguaya de Defensa del Consumidor³¹ establece en su art. 2 que es consumidor

“toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final en una relación de consumo o en función de ella.

28 En adelante Res. 123/96 GMC.

29 En adelante CCB.

30 En adelante LPDCU.

31 En adelante LUDC.

No se considera consumidor o usuario a aquel que, sin constituirse en destinatario final, adquiere, almacena, utiliza o consume productos o servicios con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación o comercialización”.

Con relación a la Ley de Defensa del Consumidor de Argentina³² (Ley 24.240), en su art. 1 establece que

“se consideran consumidores o usuarios, las personas físicas o jurídicas que contratan a título oneroso para su consumo final o beneficio propio o de su grupo familiar o social:

A) la adquisición o locación de cosas muebles;

B) la prestación de servicios;

C) la adquisición de inmuebles nuevos destinados a vivienda, incluso los lotes de terreno adquiridos con el mismo fin, cuando la oferta sea pública y dirigida a persona indeterminada”.

Esta norma se ve complementada por su decreto reglamentario que amplía este concepto³³ en los siguientes términos,

“a) serán considerados asimismo consumidores o usuarios quienes, en función de una eventual contratación a título oneroso, reciban a título gratuito cosas o servicios (por ejemplo: muestras gratis).

B) en caso de venta de viviendas prefabricadas, de los elementos para construirlas o de inmuebles nuevos destinados a viviendas, se facilitará al comprador una documentación completa suscripta por el vendedor en la que se defina en planta a escala la distribución de los distintos ambientes de la vivienda y de todas las instalaciones, y sus detalles, y las características de los materiales empleados.

C) se entiende por nuevo el inmueble a construirse, en construcción o que nunca haya sido ocupado”.

Por su parte el art. 2 de la LDC, establece que

“no tendrán el carácter de consumidores o usuarios, quienes adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios para integrarlos en

32 En adelante LDC.

33 Decreto 1.798/94.

procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros”.

Pero lo interesante de estas disposiciones transcritas es que datan de tiempos previos a la reforma constitucional de 1994, cuyo art. 42 establece que “*los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo,...*”, es decir, que el ámbito de aplicación de la norma es la relación de consumo, y en este contexto se deberá entender el concepto de consumidor. Desde el punto de vista constitucional es consumidor el demandante de bienes o servicios en la relación de consumo, resultando indiferente si media entre consumidor y proveedor un contrato de consumo, o si se trata de contratantes a título oneroso, o si el consumidor adquiere cosas inmuebles, etc. Lo que lleva a parte de la doctrina a considerar que la definición legal de consumidor no se adecua completamente a la disposición constitucional por cuanto resulta más restrictiva que esta última³⁴.

Ahora bien, tomando en consideración las definiciones legales suministradas por el sistema jurídico integrado por la Res. 123/96 GMC, la LDC, el CCB, la LPDCU y la LUDC, y examinando por partes las definiciones transcritas podemos realizar la siguiente sistematización siguiendo de manera libre las pautas metodológicas utilizadas por LORENZETTI³⁵ en base a los siguientes criterios:

A.3. DELIMITACIÓN SUBJETIVA INDIVIDUAL

Podemos ver que todas las definiciones presentan como elementos comunes, que se refieren a:

34 QUIROGA LAVIÉ, HUMBERTO, *Constitución de la nación Argentina Comentada*. Zavalía. Bs. As., 1996. Puntualmente el autor sostiene que se hará aplicable las disposiciones del art. 42 sin necesidad de la existencia de un contrato de consumo, e incluso a los usuarios de servicios públicos a cargo del Estado, págs. 207-217.

35 LORENZETTI, RICARDO LUIS, *op. cit.* pág. 1.307.

- *Personas físicas o jurídicas*: en este aspecto las definiciones analizadas son contestes en ampliar expresamente su esfera de acción no sólo a las personas individuales sino también a las colectivas.

- *Que adquieren o utilizan productos o servicios*: en este sentido las definiciones de consumidor se refieren a personas que realizan en el mercado un acto específico, el de consumir. Como vimos en las definiciones lexicográficas analizadas en este capítulo el acto de consumo está íntimamente relacionado con las acciones de extinguir, destruir o degradar bienes a través de su uso.

Todas las definiciones legales examinadas, excepto la LDC, utilizan la terminología empleada en este párrafo, adquirir o utilizar productos o servicios, al cual la LPDCU agrega el disfrute de los mismos.

Llamativamente la ley argentina optó por una fórmula restrictiva al referirse como consumidor a quien “contrata a título oneroso”, de la cual pueden desprenderse dos interrogantes, qué sucede con el sujeto que contrata a título gratuito y cuál es la situación jurídica del consumidor que no es contratante. El primer interrogante puede entenderse resuelto por el decreto reglamentario de la LDC que amplía el concepto a los contratantes a título gratuito (art.1), pero siempre y cuando éste reciba cosas o servicios de manera gratuita en función de una eventual contratación a título oneroso (por ejemplo; muestras gratis). Con relación al segundo interrogante, como señalara anteriormente, la Constitución Nacional extiende su esfera de protección a todos los consumidores en el contexto de una relación de consumo resultando indiferente cualquier otro aditamento como ser la naturaleza contractual de la relación o la calidad de contratante del consumidor.

- *Como destinatario final*: indudablemente esta es la propiedad caracterizante del consumo, ser el último eslabón del ciclo económico. En función de ello podríamos afirmar que siempre que

los bienes reingresen por cualquier motivo al mercado no nos hallamos frente a un acto de consumo. Todas las definiciones analizadas, sin excepción, se refieren expresamente al consumidor como destinatario final de los bienes.

A.4. DELIMITACIÓN SUBJETIVA DIFUSA

En este punto resulta importante determinar si las definiciones legales de consumidor contienen alguna referencia a grupos de personas que no se constituyan en personas colectivas.

El CCB resulta de una claridad meridiana cuando establece que se equiparan “a consumidor, a las colectividades de personas, aunque indeterminables, que hayan intervenido en las relaciones de consumo”.

Puede interpretarse que la Res. 123/96 GMC se refiere a esta situación cuando establece que se equiparan “a consumidores a las personas, determinables o no, expuestas a las relaciones de consumo”.

Por su parte la LDC se muestra ambigua cuando establece que un sujeto será considerado consumidor también cuando contratara “en beneficio (...) de su grupo familiar o social”. La ambigüedad viene dada por el hecho que no resulta claro si adquiere también la categoría de consumidor la familia o grupo social del sujeto que contrató en su beneficio o solamente este último. La amplia protección que brinda la Constitución Nacional al consumidor en la relación de consumo puede permitirnos afirmar que también comprende a colectividades de personas el concepto de consumidor ya que nada nos permite suponer que sólo se refiere a personas individuales.

Finalmente las definiciones de la LPDCU y la LUDC, omiten toda referencia a este tema.

A.5. DELIMITACIÓN OBJETIVA: LA RELACIÓN DE CONSUMO

La casi totalidad de las definiciones de consumidor que analizamos hacen hincapié en la relación de consumo como el contexto necesario para determinar la existencia jurídica de un consumidor.

La Res. 123/96 GMC indica que el consumidor es quien consume *“en una relación de consumo o en función de ella”*.

Idéntica terminología utiliza la LUDC al establecer que consumidor es *“toda persona física o jurídica (...) destinatario final en una relación de consumo o en función de ella”*.

Tanto la LPDCU como el CCB omiten referirse a la relación de consumo como marco referencial para determinar la existencia del consumidor, aunque en la segunda parte de la definición de consumidor del CCB se establece que serán equiparados a consumidores a *“las colectividades de personas, (...) que hayan intervenido en las relaciones de consumo”*.

Por su parte la LDC como su decreto reglamentario no hacen ninguna referencia a las relaciones de consumo, restringiendo el concepto de consumidor a todo contratante a título oneroso y a los contratantes a título gratuito en los términos de art. 1 de su reglamentación. Pero, por otro lado, expresamente la Constitución argentina, como ya expresamos, establece que sus disposiciones tuitivas se aplicarán a todos *“los consumidores y usuarios de bienes y servicios (...), en la relación de consumo,...”*, por lo que uno de los ejes objetivos determinantes para establecer si un sujeto es consumidor se trasladó de la necesidad de la existencia de un contrato a título oneroso o gratuito en función de un eventual contrato oneroso, a la existencia de una relación de consumo, concepto desde ya más amplio y abarcativo.

Ahora bien, de los textos legales comentados se desprende que resulta fundamental determinar qué debemos entender por relación de consumo.

La Res. 123/96 GMC la define en estos términos:

“relación de consumo es el vínculo que se establece entre el proveedor que, a título oneroso, provee un producto o presta un servicio y quien lo adquiere o utiliza como destinatario final.

Equipárese a ésta la provisión de productos y la prestación de servicios a título gratuito cuando se realicen en función de una eventual relación de consumo”.

La LPDCU en su art. 5 la define de la siguiente manera:

“relación de consumo es la relación jurídica que se establece entre quien, a título oneroso, provee un producto o presta un servicio y quien lo adquiere o utiliza como destinatario final”.

Según la LUDC,

“relación de consumo es el vínculo que se establece entre el proveedor que, a título oneroso, provee un producto o presta un servicio y quien lo adquiere o utiliza como destinatario final.

La provisión de productos y la prestación de servicios que se efectúan a título gratuito, cuando ellas se realizan en función de una eventual relación de consumo, se equiparan a las relaciones de consumo” (art. 4).

Finalmente, tanto la LDC como el CCB no contienen definición alguna de relación de consumo.

Por otra parte, la Constitución Nacional lo hace sin darnos pautas para establecer un concepto determinado. Por lo que nada nos obliga, al menos en Argentina, a preferir una delimitación restringida. En función de ello podemos entender la relación de consumo en un sentido amplio como todo vínculo de derecho que se establece entre proveedor y consumidor³⁶.

36 En esto se mostrarían de acuerdo algunos autores. Cf. QUIROGA LAVIÉ, HUMBERTO, *op. cit.* y BENJAMÍN, ANTONIO. “Derecho del consumidor”, págs. 87-111, en STIGLITZ, GABRIEL (Dir.) *Defensa de los consumidores de productos y servicios. Daños-contratos*. La Rocca. Bs. As., 1994.

LORENZETTI³⁷ señala que existe un amplio abanico de posibilidades a la hora de caracterizar a la relación de consumo. La concepción más restringida es la que considera a la relación de consumo como equivalente al contrato de consumo oneroso. Esta concepción se amplía un poco cuando se incorporan los contratos gratuitos accesorios.

Desde estas nociones restringidas podemos ir ampliando nuestro espectro hasta concebir a la relación de consumo como referida a hechos, actos jurídicos unilaterales, y contratos onerosos y gratuitos accesorios.

Pero, lamentablemente, no podemos pasar por alto la fuerte tendencia regional a concebir a la relación de consumo desde un punto de vista restringido, limitada exclusivamente a los contratos de consumo onerosos, o gratuitos siempre que tengan en vistas una eventual contratación onerosa³⁸.

A.6. LAS EXCEPCIONES DE LAS DEFINICIONES LEGALES

El empresario como consumidor

La Res. 123/96 GMC excluye a

“aquel que sin constituirse en destinatario final, adquiere, almacena, utiliza o consume productos o servicios con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros”.

La LUDC contiene un texto similar:

“no se considerarán consumidores o usuarios a aquéllos que sin constituirse en destinatario final, adquiere, almacene, utilice o consume productos o

37 LORENZETTI, RICARDO LUIS, *op. cit.* págs. 1.316 a 1.317.

38 Obsérvese que la LDC y su decreto reglamentario no definen la relación de consumo expresamente pero son contestes con estos postulados. Refiriéndose la primera a los contratos onerosos y ampliando el segundo su campo de aplicación a los contratos gratuitos accesorios.

servicios con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación, o comercialización”.

La LDC establece que

“no tendrán el carácter de consumidores o usuarios, quienes adquieran, almacenen, utilicen o consuman bienes o servicios para integrarlos en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros” (art. 2º).

Por su parte, el decreto reglamentario 1.798/94 dispone en su art. 2º que se entiende que los bienes o servicios son integrados en procesos de producción, transformación, comercialización o prestación a terceros cuando se relacionan con dichos procesos, sea de manera genérica o específica.

El CCB como la LPDCU no receptan distingo alguno en la materia, aunque sí establecen de forma expresa, como señalara anteriormente, que el concepto de consumidor implica a un sujeto destinatario final de los bienes. Por lo que implícitamente rechazan la idea del empresario como consumidor.

Los profesionales liberales

La LDC contiene una controvertida disposición al estipular que

“no están comprendidos en esta ley, los servicios de profesionales liberales que requieran para su ejercicio título universitario y matrícula otorgada por colegios profesionales reconocidos oficialmente o autoridad facultada para ello, pero sí la publicidad que se haga de su ofrecimiento”.

Según LORENZETTI³⁹, el profesional liberal celebra una locación de servicios o de obra, pero no un contrato de consumo, por lo que justifica su exclusión de la categoría de proveedor. Pero independientemente

39 LORENZETTI, RICARDO LUIS, “La relación de consumo: conceptualización dogmática en base al derecho del área regional MERCOSUR”, en *Rev. L.L. 1996-E*- 1.309.

de la existencia de un contrato de consumo, lo cual es francamente discutible, lo cierto es que igualmente existe una relación de consumo, por lo que la exclusión legal resulta inadmisibile⁴⁰.

De todas formas la ley admite dos excepciones: la primera se configura cuando el profesional hace publicidad de sus servicios destinada a un grupo indeterminado de consumidores, y la segunda cuando desarrolla su actividad en forma de empresa, en cuyo caso se diluye la figura del profesional liberal para conformarse la del empresario-proveedor.

El CCB solamente realiza un distingo con relación a los profesionales liberales, los somete a un sistema de responsabilidad por daños basado en la culpa y no en un criterio objetivo de imputabilidad, como es la regla cuando se trata de empresas (art. 14 par. 4).

Por su parte, la LPDCU contiene una cláusula muy similar a la establecida por la LDC, y consagra la siguiente disposición:

“no están comprendidos en esta ley, los servicios de profesionales liberales que requieran para su ejercicio título universitario y matrícula otorgada por la autoridad facultada para ello, pero sí la publicidad que se haga de su ofrecimiento” (art. 4).

Finalmente, la LUDC ha omitido toda referencia al tema por lo que no cabe excluirlos, en principio, de las disposiciones de defensa del consumidor.

40 En las XV Jornadas Nacionales de Derecho Civil, se acordó que la exclusión del art. 2, última parte, referido a los servicios de los profesionales liberales, no se compadece con una democracia igualitaria y con el ejemplo que dichos profesionales deben brindar a la comunidad, en J.A. 1996-I-983. En similar sentido Benjamín considera que el contenido del derecho del consumidor es la relación jurídica de consumo, en cuyos extremos se hallan un profesional (proveedor) y un no-profesional (consumidor). Cf. BENJAMÍN, ANTONIO. “El derecho del consumidor” en *Rev. JA 1993-II*. Entonces, siguiendo a este autor podemos afirmar que siempre que encontremos estos extremos deberíamos aplicar las normas de protección al consumidor, y sin lugar a dudas el abogado, médico, ingeniero, etc., es un profesional y su cliente un profano igualmente digno de protección jurídica como cualquier otro consumidor.

Hasta aquí hemos hecho un examen pormenorizado de las disposiciones legales referidas a la definición de consumidor en el MERCOSUR, pero nos queda por ver la situación jurídica de su contratante en la relación de consumo, el proveedor, productor o empresario.

B. LA NOCIÓN DE PROVEEDOR

La Res. 123/96 GMC establece que:

“proveedor es toda persona física o jurídica, pública o privada, nacional o extranjera así como los entes despersonalizados en los Estados partes cuya existencia esté contemplada en su ordenamiento jurídico, que desarrollen de manera profesional actividades de producción, montaje, creación seguida de ejecución, construcción, transformación, importación, distribución y comercialización de productos y/o servicios en una relación de consumo” (ap. 2).

El CCB define el proveedor en su art. 3º indicando que es

“toda persona física o jurídica, pública o privada, nacional o extranjera, así como los entes despersonalizados, que desenvuelven actividades de producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, exportación, distribución o comercialización de productos, o prestación de servicios”.

La LDC, en su art. 2º, establece lo siguiente:

“Proveedores de cosas o servicios. Quedan obligados al cumplimiento de esta ley todas las personas físicas o jurídicas, de naturaleza pública o privada que, en forma profesional, aun ocasionalmente, produzcan, importen, distribuyan o comercialicen cosas o presten servicios a consumidores o usuarios. Se excluyen del ámbito de esta ley los contratos realizados entre consumidores cuyo objeto sean cosas usadas”.

La LUDC, en su art. 3, estipula que se entenderá por proveedor a:

“... Toda persona física o jurídica, nacional o extranjera, privada o pública, y en este último caso estatal o no estatal, que desarrolle de manera profesional actividades de producción, creación, construcción, transformación, montaje, importación, distribución y comercialización de productos o servicios en una relación de consumo”.

Por su parte, la LPDCU en su art. 4 define al proveedor en los siguientes términos:

“... Toda persona física o jurídica, nacional o extranjera, pública o privada que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, distribución, comercialización, venta o arrendamiento de bienes o de prestación de servicios a consumidores o usuarios, Respectivamente, por los que cobre un precio o tarifa”.

B.1. LOS ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL CONCEPTO DE PROVEEDOR

Si examinamos con detenimiento los diferentes componentes de las definiciones legales podremos observar que son coincidentes en muchos aspectos y abarcativas de una amplia categoría de sujetos:

- *El elemento subjetivo:*

En primer lugar, se refieren a toda persona física o jurídica. Independientemente de su estatus jurídico, es decir, pueden ser públicas (estatales o no estatales) o privadas, nacionales o extranjeras, así como los entes despersonalizados.

- *El elemento objetivo:*

En segundo lugar, se le exige que desarrollen ciertas actividades que no pueden ser caracterizados como de consumo. Estas actividades son producción, montaje, creación seguida de ejecución, construcción, transformación, importación, distribución y comercialización.

En tercer lugar, resulta indiferente si las actividades mencionadas se refieren a productos y/o servicios.

En cuarto lugar, debemos recordar que la actividad del proveedor, para ser relevante en nuestra materia, debe ser desenvuelta en el contexto de una relación de consumo.

- *El elemento profesional:*

Por último tanto la Res. 123/96 GMC, como la LDC y la LUDC exigen a estas personas (elemento subjetivo) que realicen esas actividades (elemento objetivo) de manera profesional, es decir, exigen una calificación adicional que el CCB como la LPDCU no requieren.

Es importante destacar que la LDC si bien exige la calificación de profesionalidad para definir al proveedor aclara que también están obligados a cumplir con las disposiciones de la misma quienes ocasionalmente realicen algunas de las actividades previstas en el art. 2.

Según LORENZETTI⁴¹ conviene poner de relieve que el surgimiento de la noción de “proveedor” o empresario es propio del derecho del consumidor. En el derecho privado se han usado tradicionalmente términos más específicos como el de comerciante, asegurador, y otros, pero la categoría que referimos alude a todo el sector oferente de productos y servicios, siempre que lo haga de una manera profesional y en una relación de consumo.

Algunos autores celebran esta situación porque implica la superación de la figura tradicional del comerciante. El nuevo concepto no sólo abarca a éste sino también a los industriales, importadores, agricultores, ganaderos, artesanos, y empresarios en general⁴², siendo esto de fundamental importancia en lo que respecta al régimen de responsabilidad por daños.

En conclusión, en el plano subjetivo, tanto el sector público como privado pueden ser considerados proveedores, para ello deben realizar en el contexto de una relación de consumo, en principio de manera profesional, alguna de las siguientes actividades:

41 LORENZETTI, RICARDO LUIS, *op. cit.*, pág. 1.310.

42 MOSSET ITURRAPE, JORGE y LORENZETTI, RICARDO LUIS, *Defensa del consumidor - Ley 24.240*. Rubinzal - Culzoni. Santa Fe, 1994, págs. 66-68.

- Producción,
- Montaje,
- Creación seguida de ejecución,
- Construcción,
- Transformación,
- Importación,
- Distribución
- Y comercialización de productos y/o servicios.

A esta lista el CCB agrega la exportación y la LPDCU el arrendamiento de bienes.

En virtud de la amplitud de los términos utilizados conviene que los examinemos, al menos someramente, en forma individual.

La producción se identifica con la elaboración de productos. Éstos pueden pertenecer a cualquier área de la economía: agrícola-ganadera, industrial o terciaria como los productos informáticos. También incluye el concepto bienes materiales o inmateriales, como la obra intelectual⁴³.

El montaje, es la tarea del armador, del sujeto que se limita a ensamblar de partes de un todo que otros han elaborado. La creación, alude a la tarea producción referida en general a las obras intelectuales cualquiera sean éstas. La construcción se refiere fundamentalmente a los inmuebles. La importación es la introducción legal de un bien al país. La transformación se aplica a los productos agrícolas e industriales, a todo lo que pueda considerarse como materia prima.

La distribución y comercialización se refiere a todo el amplio espectro de actividades destinadas a que los bienes o servicios lleguen al consumidor, a saber, transporte, concesión, agencia, distribución, suministro, franquicia, consignación, etc. Y por supuesto la enajenación de bienes y la prestación de servicios.

Con relación a la prestación de servicios, LORENZETTI señala que

43 LORENZETTI, RICARDO LUIS, *op. cit.*, pág. 1.310.

“la economía considera que servicio es todo lo que brinda una función intangible al adquirente, que no incluye un producto. El conocimiento parcelado, la desintegración productiva, la informática favorecen la especialización en un área del conocimiento; el que presta un servicio aporta un ‘know how’ y lo hace a un menor costo que el que tendría quien lo recibe si lo hace por sus propios medios. Esto dibuja una brecha tecnológica, aunque no económica, entre el prestador del servicio y el usuario”⁴⁴.

Por otra parte, en el servicio, el proceso de fabricación no le es indiferente al consumidor. En virtud de ese interés jurídico, el precio se vincula más con la actividad que con la cosa en sí, puesto que es el “hacer” el que agrega un valor específico.

SECCIÓN 2.

ÁMBITO OBJETIVO. EL OBJETO DE LA RELACIÓN DE CONSUMO: LOS BIENES (PRODUCTOS Y/O SERVICIOS)

Todas las definiciones analizadas consideran que son consumidores los que adquieran o utilicen “bienes”, entendidos como productos (cosas) y servicios. Luego veremos algunas excepciones a este principio general. Pero lo importante es destacar que no ha sido recepcionado, al menos referido a cuestiones prácticas, el distingo teórico entre consumidores y usuarios, concebidos los primeros como adquirentes de cosas y los segundos como adquirentes de servicios. Es decir, todo aquel que adquiera o utilice productos o servicios será considerado consumidor o usuario, siendo las consecuencias legales idénticas en ambos casos.

En primer lugar veremos el concepto de servicio, dado que la cuestión de su determinación dista de ser sencilla.

La Res. 123/96 GMC establece en el AP. V que “*las precisiones sobre el concepto de servicios continuarán siendo objeto de armonización por los Estados partes*”. Lo que evidencia la falta

44 Sobre este punto puede verse con mucho provecho a FARINA, JUAN M. *Contratos comerciales modernos. modalidades de contratación empresarial*. Astrea. Bs. As., 1997, págs. 289-302.

de uniformidad en la región en este aspecto. Esto se refuerza si tomamos en consideración las definiciones que figuran como anexo en el protocolo de Santa María sobre Jurisdicción Internacional en Materia de Relaciones de Consumo porque expresamente enuncia que

“mientras el Comité Técnico N° 7 de defensa del consumidor, no haya acordado una definición para ‘servicios’, será adoptada, para los efectos de este protocolo, la interpretación jurídica del foro actuante”.

Según el CCB (art. 4 §2)

“servicio es cualquier actividad provista en el mercado de consumo, mediante remuneración, incluye las de naturaleza bancaria, financiera, de crédito y aseguradora, salvo las derivadas de las relaciones de carácter laboral”.

Por su parte la LPDCU considera servicios a

“cualquier actividad onerosa suministrada en el mercado, inclusive las de naturaleza bancaria, financiera, de crédito o de seguro, con excepción de las que resultan de las relaciones laborales” (art. 4 inc. D).

La LUDC instituye en su art. 5 la siguiente definición de servicio

“es cualquier actividad remunerada, suministrada en el mercado de consumo, con excepción de las que resultan de las relaciones laborales”.

Finalmente la LDC no contiene definición alguna de servicio.

De lo expuesto podemos concluir que todas las definiciones legales son contestes en sentar como base que se considerará servicio a cualquier actividad ofrecida a título oneroso a un consumidor en el mercado. También son coincidentes en excluir del concepto de servicio las prestaciones que resultan de las relaciones laborales. Resultando importante destacar que tanto la LPDCU como el CCB incluyen expresamente en el concepto de servicios a la actividad bancaria, financiera, de crédito y de seguros.

Con relación a qué debemos entender por producto, tanto el CCB (art. 3 § 1) como la Res. 123/96 GMC (AP. IV) lo define como “*cualquier bien mueble o inmueble, material o inmaterial*”.

Por su parte la LPDCU define producto como

“todas las cosas que se consumen con su empleo o uso y las cosas o artefactos de uso personal o familiar que no se extinguen por su uso” (art. 4).

La LUDC entiende por producto a “*cualquier bien corporal o incorporal, mueble o inmueble*” (art. 5).

Finalmente la LDC, no contiene una definición de producto pero del texto de sus arts. 1, 11 y art. 1 del decreto reglamentario, podemos entender por producto todas las cosas muebles (consumibles y no consumibles) e inmuebles siempre que sean nuevos destinados a vivienda, incluso los lotes de terreno adquiridos con el mismo fin, cuando la oferta sea pública y dirigida a persona indeterminada.

De lo que podemos concluir, que en el MERCOSUR, producto es un concepto que se hace extensivo a todas las cosas muebles (consumibles y no consumibles) y a las inmuebles, con las excepciones estipuladas por la LDC y la ambigüedad de la LPDCU. Por su parte tanto la Res. 123/96 GMC, como el CCB y la LUDC consideran que el concepto de producto se refiere también a cosas materiales (corporales) e inmateriales (incorporales).

CONCLUSIONES:

¿Es necesaria una política de protección de los consumidores en el ámbito regional?

Similar pregunta nos hacíamos en otro trabajo⁴⁵, en el cual el argumento que desarrollábamos para responderla era básicamente el siguiente.

45 PIRIS, CRISTIAN R., “Los derechos del consumidor en el MERCOSUR”, en *Boletín de la Red Legal* n° 3 de CI-ROLAC. Santiago de Chile, 1999, págs. 3-20.

REICH afirma que “todos los países con economía de mercado [...] se encuentran frente al fenómeno de la regionalización”⁴⁶.

Frente a los fenómenos de transnacionalización y globalización de la economía, de los cuales la regionalización es una de sus manifestaciones, los consumidores se encuentran en un cuadro de situación de desprotección. Las políticas de desregulación desamparan a los consumidores vulnerables en el mercado⁴⁷.

Recordemos que el MERCOSUR, como todo proceso de integración regional, procura primariamente facilitar los procesos de intercambio de mercancías entre los países involucrados y en sus estadios más avanzados lograr una libre circulación de bienes, personas y capital, es decir, un espacio interior sin fronteras.

Asimismo todos los procesos de integración han presentado una paradoja en el ámbito de los derechos del consumidor, debido a que la creación de espacios intrarregionales donde los bienes puedan circular libremente producen, en general, mejoras en los precios y calidad de los productos y servicios, beneficiando así a los consumidores, que ven mejoradas sensiblemente su capacidad de elección. Pero por otro lado la apertura indiscriminada de fronteras puede redundar en un perjuicio para los consumidores de los países cuyos Estados les brinden una protección más completa desde el momento que los tratados de integración usualmente introducen cláusulas que impiden a sus miembros restringir el intercambio de bienes argumentando dar cumplimiento a normas de orden interno.

En este dilema se halla inmerso el MERCOSUR, que se debate en torno a cómo brindar una efectiva protección al consumidor en el MERCOSUR sin que ello implique, al mismo tiempo, trabas a la libre circulación de los bienes.

46 REICH, NORBET, “Mercado, derecho y protección del consumidor. El consumidor como ciudadano”, en revista *Derecho del Consumidor* 10. Juris, Rosario 1999, pág. 4.

47 Conclusiones de la Comisión 1: MERCOSUR. Derechos del consumidor frente a empresas transnacionales y la globalización de la economía, en V Congreso Internacional de Daños, 24 y 25 de abril de 1997.

Ahora bien, consideramos que los argumentos desarrollados son suficientes para convencernos que resulta necesario brindar protección al consumidor que se halle en el seno de un proceso de integración regional, pero la cuestión es saber cuáles son los mecanismos más idóneos para hacer efectiva esa protección.

Hasta el momento los tres sistemas básicos elaborados son:

1. La creación de órganos supranacionales con capacidad de sancionar normas jurídicas de aplicación directa e inmediata, que sean a la vez comunes y obligatorias para todos los Estados partes.
2. La aprobación de disposiciones comunes, uniformes y obligatorias en un Instrumento de Derecho Internacional Público, léase Tratado Internacional o Protocolo.
3. La aprobación, por parte de los Órganos de Gobierno del Proceso de Integración, de Directrices o Directivas en las cuales se fijen parámetros mínimos a las cuales deben adecuarse las disposiciones de los derechos internos de los Estados parte.

Si nos situamos en el MERCOSUR debemos rechazar de plano la alternativa 1 por las razones que veremos a continuación.

En Europa existen órganos que están integrados por miembros que son independientes de cada uno de sus Estados, denominados órganos comunitarios que tienen delegadas funciones característicamente estatales, esto significa que no están sujetos a las instrucciones que le pueden dar cada uno de sus gobiernos, y así puedan tomar decisiones sobre distintos temas por mayoría y obligar a los diferentes Estados miembros a aceptarlas aún contra su voluntad.

En cambio en el sistema mercosuriano, se implementó la creación de órganos intergubernamentales, esto implica que los órganos regionales, responden a cada uno de sus gobiernos, por lo tanto, la toma de decisión, a diferencia de lo que ocurre en la Unión Europea,

debe ser por consenso. Es decir, el modelo mismo adoptado por el MERCOSUR nos impide propiciar la opción 1 como una alternativa válida.

Como hemos visto las alternativas que aún nos quedan por ver son dos: aprobar normas directrices que apunten a armonizar las legislaciones internas de los Estados partes, fijando pautas mínimas que deben ser respetadas por éstos al adecuar sus disposiciones normativas locales a las regionales, o volcar las coincidencias en un documento que tenga el rango de Protocolo Internacional, es decir, parte integrante del Tratado Marco que da origen al proceso de integración regional.

En el MERCOSUR se ha pretendido seguir alternativamente por ambos caminos. Como tuvimos oportunidad de ver, en un principio se proyectó aprobar un “Reglamento Común de Defensa del Consumidor” que a los efectos es una norma directriz, a cuyos menesteres se comisionó a la CT N° 7. Posteriormente se decidió dotar a la normativa acordada el rango de protocolo para, finalmente y luego de las desavenencias ya expuestas, concluir tomando el camino originariamente previsto.

Con relación a cuál puede ser considerado el mejor camino, algunos renombrados autores nos brindan sus opiniones en los siguientes términos: para *Reich* “el instrumento apropiado para obtener un nivel de protección mínima fue y es la Directiva”⁴⁸, y posteriormente agrega, pensando en la Unión Europea, que éstas no intentan crear en forma inmediata derechos a favor de los individuos desde el momento que se hallan dirigidas a los Estados para que los mismos sigan en sus legislaciones internas los lineamientos generales establecidos por la comunidad.

Aunque de todas maneras el autor objeta el procedimiento mismo de las Directivas, por cuanto deja al arbitrio de cada Estado las formas y métodos de instrumentación de las mismas considerando más apropiado sancionar normas obligatorias en su integridad.

48 REICH, NORBET, *op. cit.*, pág. 4.

En cierto sentido coincidente el profesor Belga THIERRY BOURGOIGNIE, explicaba en Mar del Plata, que las normas comunitarias deben tender, no a unificar los regímenes, sino a una armonización: a fijar bases mínimas, que no puedan ser restringidas, pero sí superadas por los Estados que pretendan aun mayores niveles de protección⁴⁹.

En tal sentido, BOURGOIGNIE recordaba que la Directiva de la Unión Europea sobre Responsabilidad por Productos (1985), en algunos aspectos (por ejemplo; en materia de “riesgos de desarrollo”) supone una reducción del nivel de protección respecto al sistema nacional de algunos de los países miembros.

El mismo autor en un conocido trabajo se explaya sobre el tema al sugerir que la Unión Europea debería tomar en la protección del consumidor comunitario el camino de “la adopción de Directivas que dejen a los Estados miembros la libertad de acordar una protección adicional...” y

“en sentido inverso, los Estados miembros deben aceptar reconocer a la autoridad comunitaria un rol de iniciativa y de control, acrecentando en ciertos campos prioritarios, donde la protección de los consumidores requiere la adopción de medidas uniformes: se busca la instauración de agencias o estructuras comunitarias, para los productos alimenticios y los medicamentos [...], para la seguridad de los consumidores...”⁵⁰.

En idéntico sentido se han manifestado en el V Congreso Internacional de Derecho de Daños, al exigir a las autoridades que efectivicen la regulación de la defensa del consumidor en el MERCOSUR con el máximo de protección. Particularmente que se respete el compromiso de establecer no una uniformidad sino pautas mínimas. Sentadas estas bases entonces un reglamento común en

49 Conclusiones del 3^{er} Congreso Argentino de Derecho del Consumidor, Mar del Plata 13 y 14 de marzo de 1998.

50 BOURGOIGNIE, THIERRY, “El derecho comunitario del consumo: experiencia y perspectivas respecto de la Europa de 1993”, en STIGLITZ, GABRIEL (director), *Defensa de los consumidores de productos y servicios. Daños-Contratos*. La Rocca. Buenos Aires, 1994, págs. 450-451.

la materia debe tener un carácter esencialmente minimalista y principista, no debe tener la pretensión de uniformar o excluir legislaciones nacionales vigentes⁵¹.

Prácticamente todos los autores y conclusiones de congresos que se ha ocupado del tema, que no han sido muchos, son coincidentes en afirmar que un adecuado sistema de protección del consumidor en el ámbito regional debe fijar pautas mínimas uniformes permitiendo a los Estados partes mejorar los niveles de protección. Como respaldo de estas posturas constantemente se pone de ejemplo el modelo exitosamente seguido por la Unión Europea, que pudiendo echar mano de normas supranacionales ha decidido hacer uso de las Directivas para efectivizar estándares mínimos de protección al consumidor comunitario.

Como se puede apreciar la pregunta de fondo que hemos formulado en este apartado, qué camino debería seguir el MERCOSUR en aras de lograr la protección del consumidor regional, aun no ha sido respondida.

Siempre que se plantean diferentes caminos a seguir nos viene a la memoria un pasaje de la obra de LEWIS CARROLL, *Alicia en el país de las maravillas*, en el cual la protagonista se encuentra ante una bifurcación de caminos y en el medio del mismo al gato de *Cheshire* subido a un árbol. Entonces le consulta sobre qué camino debía tomar, el gato le responde que eso dependía mucho del punto al que quisiera ir, a lo cual Alicia le manifiesta que cualquier sitio le daba igual, entonces sabiamente el preguntado responde que en tal caso, no importaba realmente qué camino tomara.

Creo que este es el nudo gordiano que el MERCOSUR aún no ha logrado desatar, cuál es el objetivo real del proceso de integración regional en lo que a la defensa del consumidor se refiere. Si realmente se desea proteger al consumidor regional aún a sabiendas que esto puede implicar serias limitaciones al accionar de los

51 Conclusiones de la Comisión 1: MERCOSUR. Derechos del consumidor frente a empresas transnacionales y la globalización de la economía, en V Congreso Internacional de Daños, 24 y 25 de abril de 1997.

agentes económicamente más poderosos en el mercado, o por el contrario se busca crear un mercado atractivo a las inversiones de los esquivos capitales productivos aún cuando ello implique no comprometerse activamente en la defensa del consumidor mercosuriano.

En este sentido STIGLITZ pone de manifiesto la misma preocupación al recalcar “la debilidad del rol de la protección del consumidor en el proceso de integración económica (MERCOSUR)”⁵². También nosotros en nuestro trabajo antes citado afirmábamos que

“lamentablemente el MERCOSUR no ha podido lograr avances efectivos en esta materia, tal vez como un síntoma de debilidad institucional o quizá porque en el proceso se han privilegiado aspectos políticos y económicos en detrimento de otros canales de integración”⁵³.

En la actualidad el MERCOSUR no presenta en esta materia asimetrías tan marcadas como para sindicadas de obstáculos para la armonización legislativa. De hecho la armonización se ha ido produciendo fácticamente por obra de la acción legislativa individual de cada Estado parte antes que por impulso comunitario.

Si bien constituiría una especie de “salto inductivo”, afirmar que por no existir diferencias fundamentales en los conceptos fundamentales de derecho del consumidor en el MERCOSUR no existen diferencias en ninguno de los otros aspectos, igualmente podemos señalar que es posible la armonización por parcelas, avanzando en lo que no genera polémicas y deteniéndose en lo controvertido, pero ni siquiera esto ha sido posible en el MERCOSUR, donde tanto en períodos de activa integración como de “amezamientos” sólo encontramos manifestaciones de buenos deseos.

52 STIGLITZ, GABRIEL, “El derecho del consumidor en Argentina y en el MERCOSUR”, en *Rev. LL* 1995-B-1.371.

53 PIRIS, CRISTIAN R., *op. cit.*, pág. 20.

BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV. *Desafíos del MERCOSUR*. Ediciones Ciudad Argentina. Buenos Aires, 1997.
- BACH, JUAN RENÉ. *Enciclopedia Omeba de Contabilidad, Economía, Finanzas y Dirección de Empresas, s/p*, t. 2. Omeba. Buenos Aires, 1967.
- BENJAMÍN, ANTONIO, El Código Brasileño de Protección de los Consumidores, en *Estudios sobre consumo* n° 32 (1995), págs. 47-55. Instituto Nacional del Consumo. España.
- BENJAMÍN, ANTONIO, El derecho del consumidor, en *Rev. J.A.* 1.993-II-913/924.
- BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, ALBERTO, La protección de los intereses económicos de los consumidores, en *Estudios jurídicos sobre protección de los consumidores*, págs. 141-158. Tecnos. Madrid, 1987.
- BOTANA GARCÍA, GEMA y RUIZ MUÑOZ, MIGUEL (coordinadores). *Curso sobre protección jurídica de los consumidores*. McGraw-Hill. Madrid, 1999.
- BOURGOIGNIE, THIERRY, El derecho comunitario del consumo. Experiencias y perspectivas de la Europa de 1993, en *Rev. J.A.* 1993-II-925/941.
- BOURGOIGNIE, THIERRY, Finalidades y ámbito del derecho del consumo, en *Elementos para una teoría del derecho del consumo*, págs. 111-137. Departamento de Comercio, Consumo y Turismo del Gobierno Vasco. Vitoria, 1994.
- BRIZZIO, CLAUDIA R., La teoría general del contrato y el derecho del consumidor, en *Rev. L.L.* 1998-D-1.285/1.296.
- CARRIÓ, GENARO R., *Notas sobre derecho y lenguaje*. Abeledo Perrot. Buenos Aires, 1998.
- CICERO, NADIA KARINA, Estado actual de las negociaciones del proceso de armonización de la legislación en materia de defensa del consumidor en el seno del MERCOSUR, en *Rev. E.D.* 180 - 1.180/1.188.
- CIURO CALDANI, MIGUEL, Desde la protección del propietario a la protección del consumidor y el usuario (aportes a la filosofía del derecho privado), en *Rev. E.D.* 159 - 1.022/1035.
- COPI, IRVING. *Introducción a la lógica*. Eudeba. Buenos Aires, 1997.

- DE LUCCA, NEWTON, El MERCOSUR y la defensa de los consumidores brasileños, en *Revista de derecho del MERCOSUR*, n° 5, Buenos Aires, 1998.
- DEAMBROSSI, JORGE, El art. 42 de la Constitución Nacional, y los usuarios de servicios públicos, en *Rev. J.A.* 1996-III-761/788.
- DREYZIN DE KLOR, ADRIANA, La dinámica institucional del MERCOSUR, en *Revista de Derecho del MERCOSUR*. n° 3, págs. 65-85. Buenos Aires, 1998.
- DROMI, ROBERTO; EKMEKDJIAN, MIGUEL y RIVERA, JULIO CÉSAR, *Derecho comunitario*. Ediciones Ciudad Argentina. Buenos Aires, 1995.
- FARINA, JUAN M., *Contratos comerciales modernos*. Astrea. Buenos Aires, 1997.
- FARINA, JUAN M., Relación de consumo (a propósito del art. 42 de la Constitución Nacional), en *Rev. J.A.* 1995-I-886/890.
- FEDER, BERTA, Protocolo sobre jurisdicción internacional en materia de relaciones de consumo, en *Revista de Derecho del MERCOSUR*. n° 3, págs. 51-58. Buenos Aires, 1998.
- GARCÍA AMIGO, MANUEL, La defensa de los consumidores desde el derecho privado, en *RDP* 1985, págs. 395-413.
- GARCÍA DE DIEGO, VICENTE, *Diccionario Etimológico Español e Hispánico*. SAETA. Madrid, 1954.
- GARCÍA-CRUCES GONZÁLEZ, JOSÉ ANTONIO. Derecho comunitario y derecho del consumo, en *Revista de Derecho Mercantil*, n° 192, págs. 327-395. Madrid, 1992.
- GHERSI, CARLOS (director). *Derecho privado económico*. Universidad. Buenos Aires, 2000.
- GHERSI, CARLOS A. (director). *MERCOSUR. Perspectivas desde el derecho privado*. Universidad. Buenos Aires, 1993.
- GUIBOURG, RICARDO; GHIGLIANI, ALEJANDRO y GUARINONI, RICARDO, *Introducción al conocimiento científico*. Eudeba. Buenos Aires, 1998.
- IRIGOYEN, ROBERTO, Fundamentos de la cláusula constitucional sobre defensa del consumidor, en *Rev. L.L.* 1994-E-1020/1026.
- JARDEL, SILVIA y BARRAZA, ALEJANDRO, *MERCOSUR. Aspectos jurídicos y económicos*. Ediciones Ciudad Argentina. Buenos Aires, 1998.

- LAVOPA, JORGE HORACIO, “La creación del derecho del MERCOSUR”, en revista *La Gaceta del MERCOSUR*, n° 15.
- LOPRESTI, ROBERTO, *Constituciones del MERCOSUR*. Unilat. Buenos Aires, 1997.
- LORENZETTI, RICARDO LUIS y SCHÖTZ, GUSTAVO JUAN (coordinadores). *Defensa del consumidor*. Ábaco. Buenos Aires, 2003.
- LORENZETTI, RICARDO LUIS, La relación de consumo: conceptualización dogmática en base al derecho del área regional MERCOSUR, en *Rev. L.L.* 1996-E-1303/1320.
- LORENZETTI, RICARDO LUIS, *Las normas fundamentales del derecho privado*. Rubinzal - Culzoni. Santa Fe, 1995.
- MOSSET ITURRASPE, JORGE (director). *Revista de Derecho Privado y Comunitario*, n° 5. *Consumidores*. Editorial Rubinzal Culzoni. Santa Fe, 1994.
- MOSSET ITURRASPE, JORGE y LORENZETTI, RICARDO, *Defensa del consumidor*. Rubinzal Culzoni. Santa Fe, 1994.
- MOSSET ITURRASPE, JORGE, Introducción al derecho del consumidor, en *Revista Derecho. Privado y Comunitario*, n° 5. Santa. Fe, 1994.
- MOSSET ITURRASPE, JORGE, Nuevos derechos de los consumidores y usuarios, en *La Reforma de la Constitución explicada por miembros de la Comisión de redacción*. Rubinzal-Culzoni. Santa Fe, 1994.
- NINO, CARLOS, *Introducción al análisis del derecho*. Astrea. Buenos Aires, 1998.
- NOODT TAQUELA, MARÍA BLANCA. MERCOSUR ¿cómo empezar?, en *Rev. Doctrina Judicial*, págs. 897-904. Bs. As. 16 de abril de 1997.
- PAISANT, GILLES, La defensa del consumidor en la Unión Europea, en STIGLITZ, GABRIEL (director), *Derecho del consumidor* 11, págs. 3-11. *Juris*. Rosario, 2000.
- PARENTE, RODOLFO y GONZÁLEZ, LUIS, “Trámite parlamentario de la Ley 24.240”, en MOSSET ITURRASPE, JORGE y LORENZETTI, RICARDO, *Defensa del consumidor - Ley 24.240*. Rubinzal Culzoni. Santa Fe, 1994, págs. 411-425.
- PELLEGRINI GRINOVER, ADA, La nueva normativa brasileña del consumidor, en *Estudios sobre Consumo*, n° 25 (1992), págs. 13-23. Instituto Nacional del Consumo. España.

- PELLEGRINI GRINOVER, ADA; DE VASCONCELLOS E BENJAMÍN, ANTONIO H.; *et al. Código brasileiro de defesa do consumidor comentado pelos autores do anteproyecto – 7ª edición.* Forense Universitaria. Rio de Janeiro, São Paulo, Brasil, 2001.
- PIRIS, CRISTIAN R., “Los derechos del consumidor en el MERCOSUR”, en *Boletín de la Red Legal*, nº 3 de CI-ROLAC, Santiago de Chile 1999, págs. 3-20.
- QUIROGA LAVIÉ, HUMBERTO, *Constitución de la nación Argentina comentada.* Zavallía. Buenos Aires, 1996.
- Real Academia Española. *Diccionario de la lengua española.* Madrid, 1984.
- REICH, NORBERT, *Mercado y derecho.* Ariel. Barcelona, 1985.
- RIVERA, JULIO CÉSAR, Interpretación del derecho comunitario y noción de consumidor. Dos aportes de la Corte de Luxemburgo, en *Rev. L.L.* 1998-C-518/522.
- RUIZ DÍAZ LABRARO, ROBERTO, *MERCOSUR. Integración y derecho.* Ediciones Ciudad Argentina. Buenos Aires, 1998.
- SABINO, CARLOS A., *El proceso de investigación.* Panamericana. Santa Fe de Bogotá (Colombia), 1996.
- SPECTOR, HORACIO, “Definiciones jurídicas”, en *Enciclopedia Iberoamericana de Filosofía*, t. 11 - *El derecho y la justicia.* Trotta. Consejo Superior de Investigaciones Científicas y Boletín Oficial del Estado. Madrid, 1996. págs. 285-291.
- STIGLITZ, GABRIEL (director). *Defensa de los consumidores de productos y servicios.* La Rocca. Buenos Aires, 1994.
- STIGLITZ, GABRIEL (director). *Derecho del consumidor.* 11 tomos. Juris. Santa Fe, 1991-2000.
- STIGLITZ, GABRIEL A., El derecho del consumidor en Argentina y en el MERCOSUR, en *Rev. L.L.* 1995-B-1361/1374.
- STIGLITZ, GABRIEL y STIGLITZ, RUBÉN, *Derecho y defensa de los consumidores.* La Rocca. Buenos Aires, 1994.
- STIGLITZ, GABRIEL, *Reglas para la defensa de los consumidores y usuarios.* t. 1, 2 y 3. Juris. Santa Fe, 1997-2000.
- WAJNTRAUB, JAVIER, El consumidor argentino: su situación actual, en *Estudios sobre consumo*, nº 50 (1999), págs. 113-123. Instituto Nacional del Consumo. España, 1999.

