

**ALGUNAS PROYECCIONES DEL PRINCIPIO DE ACCESO AL CONSUMO  
SUSTENTABLE EN LA RELACIÓN DE CONSUMO**

Por Julieta B. Trivisonno<sup>1</sup>

**CONCLUSIONES**

1. El principio jurídico de acceso al consumo sustentable surge en el seno del Derecho Ambiental como un ajuste de la idea de desarrollo sustentable y propone una revisión de la cultura de consumo que impacte en el modelo productivo del capitalismo moderno, a fin de crear conciencia acerca de la importancia y consecuencias que tienen para el medio ambiente y la salud las elecciones en el consumo.

2. El principio jurídico de acceso al consumo sustentable tiene arraigo constitucional en los artículos 41 y 42 de la Constitución Nacional, en tanto representa la tutela del ambiente desde el ámbito de la defensa del consumidor, en el marco mayor del desarrollo humano contenido en los arts. 75 (incs. 2, 18, 19), 124 y 125 de la Constitución, desde la perspectiva de la economía social de mercado.

3. El Código Civil y Comercial de la Nación (en adelante CCyCN) consagra en el art. 1094 el principio de acceso al consumo sustentable junto al principio protectorio. El emplazamiento metodológico junto al principio de protectorio del consumidor da cuenta de su jerarquización e importa reconocer que en nuestro Derecho ya no cabe hablar de una tutela absoluta de los derechos del consumidor sin riesgo de afectar al ambiente como bien colectivo.

4. La incorporación del principio de acceso al consumo sustentable se inscribe en el marco más amplio del reconocimiento de la función ambiental del contrato entendida como expresión del orden público ambiental aplicable a todas las categorías contractuales, incluso al contrato de consumo.

5. La aplicación del principio de acceso al consumo sustentable como herramienta hermenéutica se proyecta hacia el ámbito decisional de diversos aspectos vinculados a la relación de consumo, entre ellos:

a. Se considerará abusivo el ejercicio de los derechos derivados de un contrato en afectación del ambiente o del funcionamiento y la sustentabilidad de los ecosistemas, de la flora, la fauna, la biodiversidad, el agua, los valores culturales, el paisaje, entre otros, (arts. 14 y 240 del CCyCN). Se trata de una derivación de la función ambiental del contrato, y como tal alcanza

---

<sup>1</sup> Profesora Adjunta de Derecho Civil III (Contratos) y de Defensa de los Consumidores y Usuarios en la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional de Rosario.

incluso al contrato de consumo, siendo exigible su respeto tanto al proveedor como al consumidor.

b. Produce la ampliación del contenido de la obligación de informar, debida en el marco de toda relación de consumo (art. 42 de la Constitución Nacional, art. 1100 del CCyCN y art. 4 de la Ley 24.240), haciendo exigible al proveedor la inclusión de la información ambiental mínima: i) en el acceso a la relación de consumo, a fin de propiciar una elección del consumidor ajustada a parámetros de protección ambiental y sustentabilidad y ii) en el desarrollo de la relación de consumo

c. Permite valorar como abusivas aquellas prácticas comerciales que contraríen la protección del medio ambiente y los parámetros de sustentabilidad, en una interpretación conjunta y sistemática de los arts. 8 bis Ley 24.240, 1096 a 1099 y 1094 del CCyCN. Ello ocurre en el ámbito de la publicidad, en donde el principio del consumo sustentable complementa el diálogo entre el art. 1101 inc. c del CCyCN y del art. 81 inc. i) de la Ley 26.522 de Medios Audiovisuales en cuanto dispone que los avisos publicitarios “no inducirán a comportamientos perjudiciales para el ambiente”.

d. Contribuye a valorar el carácter abusivo de aquellas cláusulas que infrinjan normas de protección del medioambiente o posibiliten su violación con fundamento en los estándares contenidos en los artículos 988 y 1117 del CCyCN, art. 37 de la Ley 24.240.

# ALGUNAS PROYECCIONES DEL PRINCIPIO DE ACCESO AL CONSUMO SUSTENTABLE EN LA RELACIÓN DE CONSUMO

Por Julieta B.Trivisonno

## I. Consumo y ambiente como derechos fundamentales. El surgimiento de la idea de consumo sustentable

En el proceso de especificación de los derechos fundamentales, la protección del consumidor y del ambiente se han ido delineando en los últimos tiempos. Desde un enfoque que tiene en cuenta el ritmo temporal de aparición de estas prerrogativas y los contenidos de las mismas, los derechos relativos a los consumidores pertenecen a la llamada “tercera generación”, vinculados a la degradación de las libertades que generan los nuevos avances tecnológicos<sup>2</sup>. Por su parte, los derechos vinculados a la tutela del medio ambiente, corresponden a una cuarta generación, que encuentra fundamento en el valor solidaridad; una solidaridad que se proyecta no sólo entre los contemporáneos, sino también respecto de las generaciones futuras, en pos de protegerlas de los daños que puedan generarse en virtud del desarrollo industrial o del consumo masivo de productos que en su fabricación y utilización perjudican el medio ambiente<sup>3</sup>.

Sobre la base este último eje se desarrolla la vinculación entre consumo y ambiente, generándose un amplio campo de trabajo vinculado en modo directo a la calidad de vida del ser humano. Surge así la idea de consumo sustentable en primer lugar en el marco del Derecho Ambiental como un ajuste de la idea de desarrollo sustentable, proponiendo una revisión de la cultura del consumo que luego impacte en el modelo productivo del capitalismo moderno<sup>4</sup>. La finalidad de este maridaje entre consumo y sustentabilidad se asocia a la concientización acerca de la importancia y consecuencias que tienen para el medio ambiente y la salud las elecciones en el consumo<sup>5</sup>. En otras palabras, se ha dicho que en términos de consumo la sustentabilidad implica alcanzar la calidad de vida en base a la racionalidad a la cual se arriba en un marco de leal competencia y de consumidores selectivos<sup>6</sup>.

En esta línea se colocaron algunos instrumentos de *softlaw* que comenzaron a introducir con seriedad el abordaje de esta temática. Las Directrices para la protección del consumidor de la ONU (1985, ampliadas en 1999) reconocen que las modalidades de consumo y producción no

---

<sup>2</sup>LORENZETTI, Ricardo, Teoría de la Decisión Judicial, RubinzalCulzoni, Santa Fe, 2014, p. 321 y ss.

<sup>3</sup> PECES BARBA, P. 120 Y SS.

<sup>4</sup>SOZZO, Gonzalo, *Consumo digno y verde*, cit., p. 157 yss; STIGLITZ, Gabriel, El principio de acceso al consumo sustentable, en Tratado de Derecho del Consumidor, dirigido por Gabriel Stiglitz y Carlos A. Hernández, Tomo I, La Ley, 2015, p. 317 y ss.

<sup>5</sup>BELTRÁN MORALES, Luis, *Consumo sustentable como derecho-obligación para disfrutar de un medio ambiente sano*, en Región y Sociedad, vol. XIV, N° 23, El Colegio de Sonora, Hermosillo, 2002, p. 192.

<sup>6</sup>GHERSI, Carlos, Consumo sustentable y medio ambiente, LA LEY2000-A, p. 1142 y ss., Cita Online: AR/DOC/3957/2001.

sostenible representan la principal causa de degradación del ambiente a nivel mundial y entienden por consumo sostenible "...la satisfacción de las necesidades de bienes y servicios de las generaciones presentes y futuras en formas que sean sostenibles desde el punto de vista económico, social y ambiental"<sup>7</sup>.

Por su parte, la Conferencia de Río de Janeiro sobre Medio ambiente y desarrollo (1992), declaró en su Principio 8vo. 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 apropiadas". A fin de desarrollar este principio, la Agenda o Programa 21 elaborado por dicha Conferencia diseñó en el Capítulo 4 una serie de directrices que los gobiernos participantes se obligan a seguir, comprendiéndose acciones, objetivos, actividades y medios de ejecución destinados a fomentar la transformación de las modalidades insostenibles de producción y de consumo<sup>8</sup>.

Cabe destacar también la labor realizada por el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), en el marco del cual se conceptualiza al consumo sustentable como "la comercialización de productos y servicios que atiendan a las necesidades básicas, proporcionando una mejor cualidad de vida en cuanto minimizan el uso de recursos naturales y materiales tóxicos como también la producción de residuos y la emisión de sustancias que polucionan en el ciclo de la vida del producto o servicio, teniendo en miras no colocar en riesgo las necesidades de las futuras generaciones".

En el ámbito del Mercosur es preciso mencionar la Decisión del Consejo que aprobó el instrumento denominado *Política de Promoción y Cooperación en Producción y Consumo Sostenibles en el Mercosur*, en cuyo artículo 1 se define al "consumo sostenible" como el uso de bienes y servicios que responden a necesidades del ser humano y proporcionan una mejor calidad de vida y al mismo tiempo minimizan el uso de recursos naturales de materiales peligrosos y la generación de desperdicios y contaminantes sin poner en riesgo las necesidades de las generaciones futuras. En el marco del Derecho argentino, esta Decisión fue internalizada por el Decreto 1289/2010.

Con estos perfiles ha comenzado a delinearse la idea de consumo sustentable, haciendo las veces de principio que traduce la protección del medio ambiente como imperativo desde el Derecho del Consumidor, es decir, la participación de esta rama en el sistema jurídico de tutela

---

<sup>7</sup> Las "Directrices para la protección del consumidor" (ONU, 1999) pueden ser consultadas en: [http://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditccplmisc2016d1\\_es.pdf](http://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditccplmisc2016d1_es.pdf).

<sup>8</sup>El apartado 4.27 de la Agenda 21 señala que "El interés primordial de este programa reside en los cambios de las modalidades no sostenibles de consumo y producción y en los valores que promuevan modalidades de consumo y estilos de vida sostenibles. Se requieren los esfuerzos combinados de los gobiernos, los consumidores y los productores".

del medio ambiente<sup>9</sup>. Se presenta como punto de encuentro entre una rama del Derecho que se centra en la protección de un bien colectivo -el derecho ambiental- y otra que conjuga la noción de individuo con la esfera colectiva -el derecho del consumidor- convergiendo ambos en el reconocimiento de la necesidad del mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad<sup>10</sup>.

La consolidación de la idea de consumo sustentable dependerá de diversos factores. Por un lado, de su aplicación como directriz tanto en la esfera de las políticas públicas como en el amplio campo de los operadores del Derecho; al igual que los restantes principios del Derecho del consumidor y del Derecho ambiental. Es decir, debería constituirse como criterio rector para la toma de decisiones en el ámbito de los funcionarios estatales, sino también en el de los jueces, abogados, etc<sup>11</sup>. Asimismo, debería erigirse como guía a nivel microeconómico en las decisiones tomadas por las empresas y los consumidores individualmente considerados<sup>12</sup>.

## **II. El consumo sustentable en el Derecho argentino**

### **II.a.El marco constitucional del consumo sustentable**

La Reforma constitucional de 1994 ha tenido para el ordenamiento jurídico argentino un importante impacto en diversos sentidos. En el campo del Derecho Privado se introdujeron en tal oportunidad una gran cantidad de normas de Derecho Privado en la Constitución por dos vías: a) la inclusión del Capítulo II titulado Nuevos Derechos y Garantías y b) el reconocimiento de rango constitucional a los Tratados de Derechos Humanos enumerados en el art. 75 inc. 22 párrafo segundo.

Como se observó tempranamente, con ello se generó un movimiento de renovación del derecho argentino que *“obliga a nuestros juristas a reflexionar, con visión interdisciplinaria, sobre la íntima y necesaria relación entre el Derecho Público y el Derecho Privado, despertando en ellos un saludable interés en analizar los aspectos constitucionales del Derecho Privado”*<sup>13</sup>.

Entre las reformas introducidas a la Carta Magna, resultan de directo interés para el presente aportados disposiciones del Capítulo II titulado “Nuevos Derechos y Garantías”. Por un lado, el art. 41 consagra el derecho a un ambiente sano *“apto para el desarrollo humano y para que las actividades productivas satisfagan las necesidades presentes sin comprometer las de las generaciones futuras”*. Por otro lado, el art. 42 contempla los derechos de los consumidores, tales

---

<sup>9</sup>STIGLITZ, Gabriel, El principio de acceso al consumo sustentable, en Tratado de Derecho del Consumidor, cit., p. 317 y ss.

<sup>10</sup>SOZZO, Gonzalo, *Consumo digno y verde*, cit., p. 151.

<sup>11</sup>SOZZO, Gonzalo, *Consumo digno y verde*, cit., p. 141.

<sup>12</sup>GHERSI, Carlos, op. cit., p. 1142 y ss.

<sup>13</sup>NICOLAU, Noemí, La constitución nacional y los códigos de derecho privado, op. cit., p. 33 y ss. A un año de la reforma constitucional de 1994, la autora advierte con gran visión la relevancia que la misma revistió y reviste aún para el ordenamiento jurídico argentino.

como la salud, la protección de los intereses económicos, la información, al trato digno y equitativo, entre otros.

A su vez, el desarrollo humanosustentable al que refiere el artículo 41, se inserta entre otras disposiciones referidas al desarrollo humano en general, tales como el art. 75 inc. 2, 18 y 19, art. 124 y art. 125. En particular el inc. 19 del art. 75 atribuye al Congreso la facultad de *“Proveer lo conducente al desarrollo humano, al progreso económico con justicia social, a la productividad de la economía nacional, a la generación de empleo, a la formación profesional de los trabajadores...”*. Si bien la norma se encuentra entre las facultades del Congreso de la Nación, se deducen de ella los límites y objetivos del sistema económico que se adopta. En este sentido se ha dicho que *“el desarrollo humano y el progreso económico justo, son la vanguardia axiológica de la orientación del sistema económico”*, pudiendo hablarse de una *“constitucionalización de la economía social de mercado”*<sup>14</sup> que admite por lo tanto la limitación del mercado desde las políticas de Estado.

Teniendo en cuenta las disposiciones citadas, cabe afirmar que el principio de acceso al consumo sustentable, concebido como reajuste de la idea de desarrollo sustentable, encuentra arraigo constitucional en los artículos 41 y 42, en tanto representa la síntesis de tales mandatos constitucionales, todo ello en el marco de la idea de desarrollo humano contenida en los arts. 75 (incs. 2, 18, 19), 124 y 125 desde el punto de vista de la economía social de mercado.

## **II.b. El consumo sustentable en el Código Civil y Comercial**

Previo a la sanción del Código Civil y Comercial de la Nación (en adelante CCyCN), la idea de consumo sustentable se inserta a nivel nacional<sup>15</sup> con la reforma operada por la Ley 26.361 en dos niveles. En primer lugar, se incorpora al art. 43 la facultad de la autoridad de aplicación de elaborar políticas tendientes a la defensa del consumo sustentable con protección

---

<sup>14</sup> GIL DOMÍNGUEZ, Andrés, *La constitución socio económica de 1994*, en “Economía, Constitución y derechos sociales”, Ediar, Buenos Aires, 1997, p. 241 y ss. El inc. 19 del art. 75 es considerado por el autor “la cláusula del progreso bis” o mejor dicho el “plan ideológico social de la reforma”. Esta disposición se suma al art. 75 inc. 18, presente ya en la Constitución 1853/60 y conocido como la originaria “cláusula de progreso”. Ambas normas conforman el principio de desarrollo humano en el que se sustenta nuestra norma suprema.

<sup>15</sup> Previo a la reforma de la Ley 24.240, la Ley 13.333 (2004) de la provincia de Buenos Aires contempló al consumo sustentable como uno de los objetivos generales de las políticas públicas en relación con los consumidores (artículo 3), estableciendo que las medidas tomadas desde el Estado “serán tendientes a que los patrones de consumo actuales no amenacen la aptitud del medio ambiente para satisfacer las necesidades humanas futuras”. Asimismo, en el art. 9 se diseñan los objetivos específicos que deberá perseguir la acción estatal en esta materia, entre ellos: el fomento de la educación para el consumo sustentable, la certificación oficial de los productos y servicios desde el punto de vista ambiental, el impulso de la reducción de consumos irracionales, orientación de los precios de los productos según su riesgo ecológico por vía tributaria, promoción la oferta y la demanda de productos ecológicos, publicar listas respecto a productos tóxicos, regular el tratamiento de “los residuos”, con orientación ecológica, información y etiquetado ambientalista, ensayos comparativos sobre el impacto ecológico de productos e impedir las publicidades anti ambientalistas. Le siguieron a esta norma, las leyes provinciales: a. la Ley 7714 de San Juan (2006) y la Ley 8416 de La Rioja (2008), similares a la ley de Buenos Aires. Recientemente, la Ley 10247 de Córdoba, incluyó al consumo sustentable como uno de los objetivos de las políticas públicas a seguir por parte de la acción gubernamental (art. 4 inc. i), así como también la facultad de la autoridad de aplicación de promover la educación para el consumo sustentable (art. 10 inc. l) y la función de las asociaciones de promover tal principio (art. 5 inc. i).

del ambiente e intervenir en su instrumentación mediante el dictado de las correspondientes resoluciones. En segundo lugar, se introduce en el artículo 61 el inciso e), que incluye como uno de los ejes en relación a la educación o formación del consumidor la “Protección del medio ambiente y utilización eficiente de materiales”.

ElCCyCN, asumiendo una tarea de adecuación del Derecho privado a las reformas introducidas en la Carta Magna en 1994, incorpora al Código la protección del consumidor y del ambiente, siguiendo las líneas del fenómeno de la constitucionalización del Derecho privado, principalmente en virtud de los principios sentados en sus artículos 1 y 2<sup>16</sup>.

Así, los mandatos constitucionales de los artículos 41 y 42 se traducen del siguiente modo: a. incorporando al código una serie de principios generales que se entienden como “protección mínima” para el consumidor (arts. 1092 a 1118), b. reconociendo las proyecciones del Derecho ambiental en el ámbito del Derecho privado al diferenciar las categorías de derechos individuales y derechos de incidencia colectiva e incorporar una cláusula general que repudia el ejercicio abusivo de los derechos individuales en perjuicio del ambiente y los derechos de incidencia colectiva en general (arts. 14, 240 y 241), entre las cuestiones más importantes<sup>17</sup>.

En este contexto se inserta el artículo 1094 del CCyCN que consagra el principio de acceso al consumo sustentable junto al principio protectorio; eje estructural de la tutela del consumidor. Desde el punto de vista metodológico, el emplazamiento del nuevo principio no es casual; sino que muy por el contrario es signo no sólo de su carácter de principio (con todas las funciones que ello implica<sup>18</sup>) sino también de su jerarquización, su puesta en valor al acompañar al principio que cumple un papel protagónico en la defensa del consumidor. En este sentido, se ha dicho que “el criterio seguido es ponderable, desde que no se concibe uno sin el otro, ya que no podría predicarse una tutela absoluta o irrestricta del consumidor sin riesgo de desquiciar el ambiente y violentar el pacto intergeneracional, del mismo modo que resulta innegable que el resguardo del ambiente, la biodiversidad y el hábitat, contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida individual y social”<sup>19</sup>.

La incorporación de este principio se inscribe, además, en el marco más amplio de la función ambiental del contrato entendida como estándar aplicable a todas las categorías contractuales que habilita al juez a “moderar la colisión entre el ejercicio de los derechos

---

<sup>16</sup> Al respecto cabe observar lo manifestado en los Fundamentos que acompañaron el Anteproyecto de Código Civil y Comercial de la Nación.

<sup>17</sup> **CAFFERATA, Néstor A.**, *Derecho ambiental en el Código Civil y Comercial de la Nación*, Sup. Especial Nuevo Código Civil y Comercial 2014 (Noviembre), p. 273, Cita Online: AR/DOC/3833/2014; **HERNÁNDEZ, Carlos A.**, *Ambiente, biodiversidad y contrato*, en *Revista de Derecho Ambiental*, Nro. 47, Julio/Septiembre de 2016, AbeledoPerrot, Buenos Aires, p. 125 y ss.

<sup>18</sup> **LORENZETTI, Ricardo**, *Teoría de la decisión judicial. Fundamentos de Derecho*, RubinzalCulzoni, Santa Fe, Argentina, 2008.

<sup>19</sup> **HERNÁNDEZ, Carlos A.**, *Ambiente, biodiversidad y contrato*, op. cit., p. 125 y ss.

individuales y el de los derechos colectivos, como el ambiente”<sup>20</sup>. De este modo, se pone de manifiesto el carácter transversal que posee la función ambiental, en tanto su aplicación se extiende a todo tipo de contrato, prescindiendo de la categorización entre contratos discrecionales y de consumo, alcanzando tanto a empresarios como a consumidores. Ello implica que incluso el contrato de consumo deberá ajustarse a los límites que plantea la función ambiental, en tanto esta se concibe como expresión del orden público de coordinación emergente del artículo 41 de la Constitución Nacional<sup>21</sup>, limitativo por ende de la autonomía privada.

### **III. Algunos despliegues del consumo sustentable en el marco de la relación de consumo**

Teniendo en cuenta lo expuesto en los apartados precedentes, cabe afirmar que el nuevo CCyCN propone con énfasis la apertura de un diálogo entre el derecho ambiental y el derecho del consumidor; un diálogo que se proyectará hacia el ámbito decisional de diversos aspectos vinculados a la relación de consumo, tales como el ejercicio no abusivo de los derechos individuales en perjuicio del ambiente, el contenido de la obligación de informar, las prácticas abusivas y las cláusulas abusivas, entre otros despliegues.

#### ***a. Ejercicio abusivo de los derechos derivados de un contrato en afectación del ambiente***

Si bien este límite externo que implica la función ambiental respecto de los derechos subjetivos se hallaba reconocido en el art. 41 de la Constitución Nacional<sup>22</sup>, encuentra ahora aplicaciones concretas en el marco del Derecho privado en las disposiciones contenidas en los artículos 14 y 240 del CCyCN.

El primero de los artículos citados, luego de señalar que en el Código se reconocen derechos individuales y de incidencia colectiva (incisos a y b), establece que “La ley no ampara el ejercicio abusivo de los derechos individuales cuando pueda afectar al ambiente y a los derechos de incidencia colectiva en general”. Se trata de una norma novedosa para el derecho argentino, que introduce una noción de abuso del derecho individual respecto del derecho de incidencia colectiva, en la inteligencia de colocar un límite al ejercicio de los derechos subjetivos respecto de los bienes colectivos<sup>23</sup>. Complementa esta idea la disposición del artículo 240, señalando además que el ejercicio de los derechos individuales “Debe conformarse a las normas del derecho administrativo nacional y local dictadas en el interés público y no debe afectar el

---

<sup>20</sup> Fundamentos del Anteproyecto del CCyCN.

<sup>21</sup> LORENZETTI, Ricardo, Tratado de los Contratos. Parte general, RubinzalCulzoni, Santa Fe, 2004, p. 108 y <http://www.nuevocodigocivil.com/wp-content/uploads/2015/02/1-Presentacion-del-Dr.-Ricardo-Lorenzetti.pdf>.

<sup>22</sup> LORENZETTI, Ricardo, *Teoría del Derecho Ambiental*, La Ley, Buenos Aires, 2009, p. 42 y 43.

<sup>23</sup> LORENZETTI, Ricardo, *Aspectos valorativos y principios preliminares del Anteproyecto de Código Civil y Comercial de la Nación*, LA LEY 2012-C, P. 581.



funcionamiento ni la sustentabilidad de los ecosistemas de la flora, la fauna, la biodiversidad, el agua, los valores culturales, el paisaje, entre otros, según los criterios previstos en la ley especial”.

Se ha dicho que se trata de un ejercicio de los derechos compatible con la sustentabilidad<sup>24</sup>, cuestión que implica una fuerte limitación al ejercicio de los derechos derivados de un contrato entre privados, aún en el marco de un contrato de consumo –y tanto respecto al consumidor como al proveedor– en consideración del carácter transversal de la función ambiental del contrato. En este sentido, se ha sostenido que “el paradigma del Código nos presenta a un consumidor que tiene conciencia de su rol en la sociedad y es responsable de cara al ambiente. De esta manera, los derechos de los consumidores encuentran un límite infranqueable en el derecho colectivo a un ambiente sano y sustentable debiendo coordinarse con éste”<sup>25</sup>. Se deja de lado una visión utilitarista que concibe a la naturaleza como un recurso a ser explotado por el hombre para ubicar en el centro de la protección al paisaje y los valores culturales.

Pero además, tal disposición también posee la virtualidad de operar como significativa limitación a la autonomía privada, desde el derecho ambiental como límite a la contratación sobre bienes colectivos.

#### ***b. Proyecciones sobre la obligación de informar en el contrato de consumo***

La sustentabilidad como criterio asociado al consumo influirá también en la ampliación del contenido de la obligación de informar, debida en el marco de toda relación de consumo (art. 42 de la Constitución Nacional, art. 1100 del CCyCN y art. 4 de la Ley 24.240).

En el ámbito del acceso a la relación de consumo, el principio nos guiará hacia la exigencia de incluir la información ambiental mínima que posibilite al consumidor realizar una elección que se ajuste a parámetros de protección ambiental y de sustentabilidad. A estos fines, la mencionada Agenda 21 propicia las políticas gubernamentales destinadas a alentar la difusión del etiquetado con indicaciones ecológicas y de otros programas de información acerca de productos vinculados al ambiente (apartado 4.21). En vinculación con esta temática, el mencionado programa propicia también la educación para el consumo sustentable y la colaboración con el consumidor en la realización de una elección ecológicamente fundada por medio de: a) El suministro de información sobre las consecuencias que tienen las opciones y los comportamientos en materia de consumo, a fin de promover la demanda y el uso de productos ecológicamente racionales; b) La creación de conciencia en los consumidores respecto del efecto que los productos tienen sobre la salud y el medio ambiente, valiéndose de leyes de protección

---

<sup>24</sup> LORENZETTI, Ricardo, *Presentación del Proyecto, "Código Civil y Comercial de la Nación"*, Rubinzal Culzoni Editores, 2012, p. 12.

<sup>25</sup> SABSAY, Daniel Alberto; FERNÁNDEZ, Cristian, *El código civil y comercial y el ambiente*, LA LEY 2016-C, p. 1074, Cita Online: AR/DOC/1528/2016.

del consumidor y del etiquetado con indicaciones ecológicas;c) El fomento de programas expresamente orientados al consumidor, como el reciclaje y los sistemas de pago y reembolso de depósitos por envases y el d) Liderazgo a través de las compras de los gobiernos. Estas pautas deberían orientar las políticas públicas a seguir por el Estado en esta materia.

Asimismo, el consumo sustentable puede proyectarse también en la obligación de informar durante la etapa del desarrollo de la relación de consumo, por ejemplo, exigiendo que el proveedor suministre información vinculada al modo en que deben descartarse los productos que sean dañinos para el ambiente y a la correcta utilización y conservación de las cosas muebles adquiridas. Respecto de esto último, si bien tal información se considera principalmente vinculada a la protección de la salud del consumidor<sup>26</sup>, desde el principio del consumo sustentable adquiere otro despliegue relacionado con el correcto uso y mantenimiento de las cosas adquiridas, en pos de evitar un uso incorrecto que dañe el producto y lleve a la necesidad de consumir nuevamente.

### ***c. Prácticas abusivas en el marco de la relación de consumo***

En nuestro derecho, las prácticas abusivas reguladas por los art. 8 bis Ley 24.240 y arts. 1096 a 1099 del CCyCN y son entendidas como conductas o procedimientos del proveedor dirigidos a fomentar el consumo, se caracterizan por hallarse reñidas con el principio de buena fe o por afectar derechos fundamentales de los consumidores de acuerdo a los estándares establecidos en las normas citadas<sup>27</sup>. La amplitud del concepto permite considerar incluidas en esta categoría a aquellas conductas del proveedor habidas en todo el *iter contractual*, no solamente en el ámbito prenegocial -dirigidas a la formación del consentimiento-, sino también durante la ejecución del contrato e incluso en la fase postcontractual<sup>28</sup>.

En este ámbito cabe reconocer también la proyección del principio del consumo sustentable como pauta que permite valorar el carácter abusivo de las prácticas comerciales que contraríen la protección del medio ambiente y los parámetros de sustentabilidad, en una interpretación conjunta y sistemática de las normas indicadas al inicio de este apartado y el art. 1094 del CCyCN.

En este sentido, respecto de la publicidad, en tanto ejemplo de práctica comercial, se ha sostenido que “si viola el principio de protección del medio ambiente consagrado

---

<sup>26</sup> La temática se asocia al deber de advertencia que surge como despliegue concreto de la obligación de informar en materia de seguridad y salud de los consumidores y usuarios, con la finalidad de alertar y prevenir al consumidor los daños que puedan implicarle la errónea utilización de un producto o servicio.

<sup>27</sup> **FRUSTAGLI, Sandra**, *El contrato de consumo*, en Contratos en el Código Civil y Comercial de la Nación, dirigido por Noemí L. Nicolau y Carlos A. Hernández, La Ley, Buenos Aires, 2016, p. 446.

<sup>28</sup> **FRUSTAGLI, Sandra**, *El contrato de consumo*, op. cit., p. 429; **FRUSTAGLI, Sandra y HERNÁNDEZ, Carlos A.**, *Prácticas comerciales abusivas*, en Tratado de Derecho del Consumidor, dirigido por Gabriel Stiglitz y Carlos A. Hernández, Tomo I, La Ley, 2015, p. 593 y ss.

constitucionalmente, es una publicidad abusiva”<sup>29</sup>. Se advierte que la sustentabilidad concurre como criterio que permite tildar de ilícita y abusiva a esta práctica en los términos del art. 1101 inc. c del CCyCN y del art. 81 inc. i) de la Ley 26.522 de Medios Audiovisuales en cuanto dispone que los avisos publicitarios “no inducirán a comportamientos perjudiciales para el ambiente”. En este entendimiento se presenta una evidente simetría con regímenes comparados, entre ellos el que propone el Código de Defensa del Consumidor de Brasil en su artículo 37 párrafo 2 al considerar abusiva a aquella publicidad que no respete los valores ambientales<sup>30</sup>.

#### *d. Las cláusulas abusivas*

La función ambiental y el principio de acceso al consumo sustentable, también poseen despliegues interesantes en relación con el control de contenido en los contratos de consumo. En este sentido, cabe mencionar nuevamente al Código de Defensa del Consumidor de Brasil que en su artículo 51.XIV en forma expresa considera nulas de pleno derecho a aquellas cláusulas que “infrinjan o posibiliten la violación de normas ambientales”.

Nuestro sistema, basado en el reconocimiento de estándares abiertos, también es capaz de brindar una solución similar al ordenamiento brasileño. Tal respuesta jurídica será el resultado del diálogo de las nociones generales contenidas en el art. 988 del CCyCN y el art. 37 de la Ley 24.240 con el principio de acceso al consumo sustentable, cuya aplicación permitirá calificar a una cláusula como abusiva desde el prisma de la protección del ambiente. Cabe tener en cuenta también la Resolución 53/2003 de la Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor, que establece un elenco de cláusulas que considera abusivas de acuerdo al art. 37 de la Ley 24.240, entre las que se encuentran aquellas que “Infrinjan normas de protección del medioambiente o posibiliten su violación” (Anexo a la Resolución, ítem k).

---

<sup>29</sup>SOZZO, Gonzalo, *Consumo digno y verde*, cit., p. 157 y ss;

<sup>30</sup>HERNÁNDEZ, Carlos A., *Ambiente, biodiversidad y contrato*, op. cit., p. 125 y ss.