



Comisión N° 6 “Derecho del Consumidor: “Consumo sustentable”

AUTORIDADES DE COMISIÓN:

DISERTANTE MAGISTRAL: Gabriel STIGLITZ

INVITADA ESPECIAL: Silvia DÍAZ ALABART

PRESIDENTES: Carlos HERNÁNDEZ; Francisco JUNYENT BAS; Gonzalo SOZZO

VICEPRESIDENTES: Sandra Frustagli; Andrés SÁNCHEZ HERRERO; Fulvio SANTARELLI

COORDINADORES: Esteban Javier ARIAS CAU; Alejandro CHAMATRÓPULOS; Eduardo Andrés PÉREZ

RELATORES: Sebastián BAROCELLI; Walter KRIEGER

SECRETARIOS: Ivana CENTANARO; Walter F. KRIEGER, Carlos TAMBUSI

PONENTES: ALBORNOZ, Elena; ARIAS CAU, Javier; ARIAS, Paula; AYALA, Héctor Martín; BAROCELLI, Sergio Sebastián; BERMEJO, - Paula N.; BIANCHI; Lorena Vanina; CASTAGNOLA, Camila; CHAMATROPULOS, Demetrio Alejandro; GARCIA, Liliana; CRUZ, José Miguel; DANUZZO, Sebastián; ETCHEVERS, Salvador F.; FERRER DE FERNÁNDEZ, Esther H. S.; FRANCO CARRARA, Juan; FRUSTAGLI, Sandra A.; GARRIDO CORDOBERA, Lidia M. R.; GIULISASTI, – Jorgelina; HERNÁNDEZ, Carlos A.; JUAN, Daniel Antonio; JUNYENT BAS, Francisco; JURIO, Mirta; KRIEGER, Walter; MARHABA, Débora; MÉNDEZ ACOSTA, Segundo José; PARRA, Ricardo; PINESE, Graciela; SEMBEROIZ, Fernando Javier; SILVERO FERNÁNDEZ, Carlos; STEKLER, Bárbara Samantha; TRIVISONNO, Julieta; ZAPANA, Javier; TABARES, Julieta; RODRIGUEZ, Gonzalo.

ASPECTOS GENERALES

1.- El consumo sustentable constituye una línea directriz de articulación entre el Derecho del consumidor y el Derecho ambiental, que encuentra sustento en la Constitución Nacional (arts. 41 y 42), en las leyes especiales (Ley 24.240 y 25.675), y en el Código Civil y Comercial de la Nación.

2.- El consumo sustentable tipificado en el art. 1094 del Código Civil y Comercial de la Nación es uno de los principios del Derecho del consumidor.

La norma del artículo 1094 encierra una regla de interpretación de la ley y una regla de aplicación que se concreta a través del diálogo de fuentes (art. 1 CCC). En este subtipo de diálogo de fuentes, tiene preeminencia la protección de los derechos de incidencia colectiva (arts. 14 y 240 CCC).

3.- El consumo sustentable cumple las funciones de todos los principios del derecho (función interpretativa, función jurigenética, función limitativa, función de inspiración de reglas, entre otras).

4.- Los principios de acceso al consumo y de consumo sustentable son dos principios autónomos, aunque articulados adecuadamente por el artículo 1094 del Código Civil y Comercial de la Nación.

5.- El concepto de sustentabilidad debe ser dinámico y flexible. La referencia al consumo sustentable recogida en el artículo 1094 del Código Civil y Comercial de la Nación se integra con las normas del Derecho Internacional Ambiental que lo conforman y desarrollan, y con las Directrices de Naciones Unidas para la Protección del Consumidor.

6.- El principio de consumo sustentable debe inspirar políticas públicas eficaces sobre la materia (art. 43 LDC). Entre otras herramientas sería aconsejable la instrumentación de incentivos fiscales, y la contratación verde en el sector público. También constituye un axioma al que deben adecuarse las conductas de los proveedores y los propios consumidores

INFLUENCIA DEL PRINCIPIO DEL CONSUMO SUSTENTABLE SOBRE LOS INSTRUMENTOS ESPECÍFICOS DE PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR

7.- El Código Civil y Comercial de la Nación reconoce el paradigma ambiental que se proyecta sobre el contrato y la responsabilidad civil. En particular:

7.-1.- La publicidad, las prácticas comerciales y las cláusulas contractuales que violentan el paradigma ambiental son ilícitas y abusivas (arts. 8 bis y 37 LDC; arts. 1096 y sptes, 1101 y sptes, y 1117 y sptes del CCC).

7.-2.- La regla relativa a la publicidad abusiva del Código Civil y Comercial de la Nación (art. 1101, inc c) se integra con el artículo 81 inc i) de la ley de Servicios de Comunicación Medios Audiovisuales (N° 26.522) y con las normas del Derecho comparado latinoamericano (Código de Defensa del Consumidor de Brasil y Ley de Defensa del Consumidor de Paraguay, entre otras).

7.-3.- Contribuyen al desarrollo del principio de consumo sustentable en el campo de la publicidad las iniciativas de autocontrol y autorregulación.

7.-4.- Las autoridades públicas al autorizar productos y servicios deben atender a que los mismos no sean perjudiciales para el ambiente (arts. 5 y 6 LDC).

7.-5.- El principio de consumo sustentable ensancha la obligación de información (4 LDC y art. 1100 CCC) en cuanto debe comprender el perfil ambiental de los productos y servicios comercializados.

7.-6.- La obligación de informar se agrava frente a los consumidores hiper vulnerables.

7.-7.- En la aplicación del principio de prevención en procesos de consumo, se interrelacionan el artículo 32 de la ley General del Ambiente (N° 25675) con el régimen de prevención del daño del artículo 1710, ampliando las facultades judiciales que le confieren los artículos 960 y 1711, todos del Código Civil y Comercial de la Nación.

7.-8.- El instituto del daño punitivo es directamente aplicable mediante el diálogo de fuentes a todos aquellos casos en los cuales se violenta el principio de consumo sustentable (artículos 8 bis y 52 bis LDC; art. 1094 CCC).

7.9. Las herramientas de la inteligencia artificial pueden cumplir un importante rol en materia de prevención de daños, como asimismo para facilitar el acceso al consumo sustentable.

8. Las recomendaciones precedentes, tienen una particular incidencia y aplicación, entre otras, en materia de agua potable, urbanizaciones, servicios financieros, celulares, empaquetado y residuos sólidos urbanos.

