

La protección de la persona consumidora en materia alimentaria

por JULIETA B. TRIVISONNO^(*)

Sumario: 1. LA OCASIÓN QUE NOS CONVOCA: A 30 AÑOS DE LA LEY 24.240. – 2. ALIMENTACIÓN Y DERECHO DEL CONSUMIDOR. – 3. LA PERSONA CONSUMIDORA Y LA TUTELA DE LA ALIMENTACIÓN ADECUADA Y SALUDABLE EN EL DERECHO ARGENTINO. – 4. EL ALIMENTO COMO PRODUCTO: SU INGRESO EN LA LÓGICA DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR. – 5. DESAFÍOS DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN RELACIÓN CON LA ALIMENTACIÓN ADECUADA Y SALUDABLE: PRESENTE Y FUTURO. – 6. REFLEXIONES FINALES.

1. La ocasión que nos convoca: a 30 años de la ley 24.240

La historia del Derecho del Consumidor en Argentina ha tenido un recorrido cuyo inicio puede situarse hacia fines de la década del setenta e inicios de los ochenta en la labor de la doctrina, principalmente civilista. Algunos de los grandes hitos en el fortalecimiento de esta rama se han vinculado a la conformación de su régimen normativo, entre ellos, la sanción de la ley 24.240 –elaborada en base al proyecto diseñado por Atilio Alterini, Roberto López Cabana y Gabriel Stiglitz–, la incorporación del art. 42 a la Constitución Nacional con motivo de la reforma de 1994 y el ingreso de la tutela del consumidor al nuevo Código Civil y Comercial vigente desde agosto de 2015⁽¹⁾.

El XXV Congreso Argentino de Derecho del Consumidor que nos reúne –además de dar cuenta de la labor incansable del Instituto Argentino de Derecho del Consumidor y sus autoridades– nos invita a reflexionar en retrospectiva y prospectiva a treinta años de la sanción de la ley 24.240.

En una mirada hacia el pasado y el presente, puede afirmarse que se trata de un trayecto en el que se ha for-

NOTA DE REDACCIÓN: Sobre el tema ver, además, los siguientes trabajos publicados en *El Derecho*: *La responsabilidad del proveedor por producto elaborado en el marco de la relación de consumo*, por ADRIÁN O. MOREA, ED, 252-766; *Particularidades del régimen de tutela a los consumidores y usuarios*, por MARCELO C. QUAGLIA, ED, 258-60; *Las vías de resolución de los conflictos en las relaciones de consumo*, por IGNACIO M. BRAVO D'ANDRÉ y SANTIAGO P. IRIBARNE, ED, 260-452; *Los derechos del consumidor a la luz de la unificación civil y comercial... ¿ficción, realidad o repetición innecesaria de principios? Algunos apuntes de los derechos de incidencia colectiva*, por NÉSTOR S. PARISI, ED, 263-745; *La relevancia de la tutela del consumidor*, por FRANCISCO JUNYENT BAS, ED, 266-866; *Contradicciones jurisprudenciales. Aplicaciones de las presunciones en el derecho del consumo*, por CELIA WEINGARTEN, ED, 268-670; *El orden público en las normas de protección al consumidor incorporadas al Código Civil y Comercial*, por NOEMÍ NICOLAU, ED, 269-699; *Cooperativas y defensa del consumidor: una solución en buen camino*, por DANTE CRACOGNA, ED, 271-298; *La competencia del juez del domicilio del consumidor demandado es relativamente prorrogable*, por TORIBIO ENRIQUE SOSA, ED, 274-537; *El defensor del cliente y la protección de los consumidores*, por SERGIO SEBASTIÁN BAROCELLI, ED, 278-800; *Los principios que articulan el Estatuto del Consumidor. A propósito del diálogo de fuentes y el Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor*, por FRANCISCO JUNYENT BAS y PATRICIA M. JUNYENT DE DUTARI, ED, 282-643; *La tutela al usuario de servicios en el ámbito de las relaciones de consumo: un interesante precedente. Comentario al fallo "T., G. E. y otros c. Cablevisión S.A. s/ordinario"*, por GABRIEL ABAD y MARCELO C. QUAGLIA, ED, 287-190; *El régimen administrativo sancionador en las relaciones de consumo*, por SERGIO SEBASTIÁN BAROCELLI, ED, 288-918; *La protección de los consumidores en el contexto de la pandemia de COVID-19*, por SERGIO SEBASTIÁN BAROCELLI, ED, 288-1211; *El reconocimiento de los consumidores y las consumidoras hipervulnerables en el ordenamiento jurídico argentino*, por CAREN KALAFATICH y EZEQUIEL N. MENDIETA, ED, 288-1372; *Perspectiva de vulnerabilidad en las relaciones de consumo. El lenguaje fácil como herramienta para la efectividad del derecho a la información del consumidor*, por MARÍA LAURA ESTIGARRIBIA BIEBER y SERGIO JUNIORS SHWOIHORT, ED, 289-1500; *Ya es ley la Promoción de la Alimentación Saludable. ¿Acaso será verdad que el fin justifica los medios?*, por MARÍA CAROLINA ABDELNABE VILA, ED, 294. Todos los artículos citados pueden consultarse en www.elderechodigital.com.ar.

(*) Abogada egresada de la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional de Rosario (UNR), Magíster en Sistema Jurídico Romano por la Università degli Studi di Roma "Tor Vergata", Profesora Adjunta de Derecho de los Contratos y Derecho del Consumidor (Cátedras A de la Facultad de Derecho de la UNR) Miembro del IADC.

(1) En relación con la historia del Derecho del Consumidor en Argentina pueden citarse valiosos trabajos, entre ellos: HERNÁNDEZ, Carlos A., "Estado actual del derecho del consumidor a 25 años de la vigencia de la ley de defensa del consumidor", *Ley Online*: AP/DOC/829/2018, STIGLITZ, Gabriel, "Evolución del Derecho del Consumidor en Argentina", en *Tratado de Derecho del Consumidor*, Tomo I, La Ley, Buenos Aires, 2015, pág. 231 y ss.; HERNÁNDEZ Carlos A. - FRUSTAGLI, Sandra A., "A diez años de la ley de defensa del consumidor. panorama jurisprudencial", *Revista Jurisprudencia Argentina*, La Ley Online: 0003/010087.

talecido esta joven disciplina, con el logro de una mayor eficacia de las normas protectorias del consumidor de la mano de la labor de la doctrina, la jurisprudencia, la abogacía, las asociaciones y las autoridades de aplicación competentes en la materia. Por su parte, la exploración del futuro puede hallarse en los Proyectos de Código de Derecho del Consumidor; atentos no solo al rol de aquellos protagonistas, sino también a los ejes prioritarios planteados por las agendas de derechos humanos.

En este contexto, no puede soslayarse que el camino del Derecho del Consumidor exige de un compromiso desde lo jurídico y lo social, en tanto se encuentra implicada la más elemental protección de la persona humana y su dignidad. Ello ocurre respecto a los múltiples desafíos que se plantean en torno al derecho de la persona consumidora a una alimentación adecuada.

En particular, la problemática de los alimentos desde el Derecho del Consumidor ha sido poco explorada en nuestro país, aunque algunos aportes de gran interés han sentado las bases de ulteriores desarrollos y han identificado y profundizado diversas problemáticas de relevancia⁽²⁾. Por este motivo, en aportes precedentes se han analizado diversas cuestiones relativas a la protección de la persona consumidora en materia alimentaria⁽³⁾, volviéndose en esta oportunidad sobre el tema en miras a continuar visibilizándolo y contribuir a generar un mayor nivel de sensibilización.

2. Alimentación y Derecho del Consumidor

En los últimos tiempos se ha incrementado la preocupación en torno a diversas cuestiones vinculadas a la alimentación. Algunos instrumentos dan cuenta de ello, en especial, la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (2015)⁽⁴⁾, cuyo segundo núcleo de objetivos se dirige a lograr el "hambre cero", alcanzar mayores niveles de seguridad alimentaria, mejorar la nutrición y promover una agricultura sostenible.

A pocos años de fijadas estas metas, el informe acerca del "Estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo" (2020)⁽⁵⁾ advirtió la ausencia de progresos suficientes para alcanzar el objetivo fijado para el 2030. Así, propuso una serie de recomendaciones y políticas públicas orientadas hacia la transformación de los sistemas alimentarios a fin de promover dietas asequibles y saludables. Estos lineamientos se reafirmaron recientemente en la "Cumbre sobre los sistemas alimentarios" (septiembre 2021)⁽⁶⁾.

Este movimiento a nivel internacional se explica en un contexto signado por una crisis estructural en materia alimentaria que compromete todas las áreas centrales vinculadas a la alimentación: una crisis de sustentabilidad en la producción alimentaria, una crisis de equidad en la distribución de alimentos y una crisis en el consumo. El panorama actual nos muestra modelos de producción de alimentos agresivos con el ambiente, dificultades en el acceso a la alimentación –a pesar de la gran disponibilidad

(2) GHERSI, Carlos (org.), *La responsabilidad de las empresas y la tutela del consumidor de alimentos*, Buenos Aires, Eudeba, 1998; SOZZO, Cósimo G., "La prevención de los daños al consumidor", en *Tratado de Derecho del Consumidor*, Tomo III, dirigido por Gabriel Stiglitz y Carlos A. Hernández, Buenos Aires, La Ley, 2015, p. 160 y ss.

(3) TRIVISONNO, Julieta B., "Derecho a la alimentación adecuada y Derecho del Consumidor", *Revista del IADC*, N° 10, Abril 2021, Cita: IJ-MCXLI-427, www.ar.legister.com; "El derecho a la alimentación saludable: información al consumidor y etiquetado frontal de alimentos", *Dossier de Derecho del Consumidor*, dirigido por Carlos Hernández, 14/07/2021, JA 2021-III, fascículo 3, p. 76 y ss.; "El Derecho a una alimentación saludable en Argentina: información, etiquetado frontal de alimentos, marketing alimentario y educación al consumidor", en *Direito e comida. Do campo a mesa: cidadania, consumo, saúde e exclusão social*, Belo Horizonte, Trenfina Flavia, Branco Patricia, Catalan Marcos (coord.), *Forum Social*, 2023, p. 109 a 141.

(4) Para acceder a la Agenda 2030 ver: <https://sdgs.un.org/2030agenda> y <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/hunger/> (consultado el 20/08/2023).

(5) FAO, FIDA, OMS, PMA y UNICEF. 2020, Versión resumida del informe "El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2020. Transformación de los sistemas alimentarios para que promuevan dietas asequibles y saludables". Roma, FAO, <https://doi.org/10.4060/ca9699es> (consultado el 30/11/2021).

(6) Ver: <https://foodsystems.community/es/commitment-registry/#commitments> (consultado el 20/08/2023).

de alimentos– y fuerte afectación de la comensalidad –del qué, por qué y con quién comemos, como conjunto de valores que dan sentido al consumo alimentario–. Todos estos factores confluyen en una crisis del derecho a la alimentación⁽⁷⁾.

El escenario descrito interpela al Derecho como disciplina y exige el desarrollo de nuevas ramas del mundo jurídico con carácter transversal que enriquezcan a las ramas tradicionales con las problemáticas propias de esos derechos y que evidencien la medida en la cual son satisfechos. Entre estas ramas, se ubica el Derecho a la Salud, dentro del cual se propone construir el Derecho de la Alimentación como una especificidad⁽⁸⁾.

El enfoque transversal que exige el fenómeno de la alimentación en el ámbito jurídico requiere de los aportes que se realizan desde el sistema internacional de derechos humanos, así como también de aquellos que puede realizar el Derecho del Consumidor.

3. La persona consumidora y la tutela de la alimentación adecuada y saludable en el Derecho argentino

El derecho a la alimentación encuentra amparo en diversos tratados internacionales⁽⁹⁾. Entre ellos, cumple un rol protagónico el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (en adelante PIDESC) en cuyo art. 11 se reconoce el “...derecho de toda persona a un nivel de vida adecuado para sí y su familia, incluso alimentación, vestido y vivienda adecuados, y a una mejora continua de las condiciones de existencia”.

La Observación General N° 12 del Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales desarrolla el contenido de esta prerrogativa al señalar que “el derecho a una alimentación adecuada está inseparablemente vinculado a la dignidad inherente de la persona humana y es indispensable para el disfrute de otros derechos humanos consagrados en la Carta Internacional de Derechos Humanos. Es también inseparable de la justicia social, pues requiere la adopción de políticas económicas, ambientales y sociales adecuadas, en los planos nacional e internacional, orientadas a la erradicación de la pobreza y al disfrute de todos los derechos humanos por todos” (punto 4).

Por otra parte, el derecho a la alimentación se vincula al derecho a la salud de los consumidores, en tanto el alimento es un tipo muy especial de producto que se encuentra destinado a ingresar en el cuerpo humano⁽¹⁰⁾. Esta relación es reconocida por diversos instrumentos que constituyen puntos de referencia a nivel internacional en la materia⁽¹¹⁾, así como también en las Directrices de la ONU para la Protección del Consumidor (regla 70).

En nuestro país, el PIDESC y otros tratados que contemplan el derecho a una alimentación adecuada, poseen jerarquía constitucional (art. 75, inc. iso 22). El diálogo entre esta disposición y los arts. 41 y 42 de la Constitución, permite afirmar que se encuentra amparado por la Carta Magna el derecho de la persona consumidora a acceder a una alimentación adecuada, saludable, segura y sustentable. La protección de la salud, la seguridad y el ambiente como bienes fundamentales, imponen esta hermenéutica⁽¹²⁾.

(7) AGUIRRE Patricia, *Una historia social de la comida*, Lugar Editorial, Colección Salud Colectiva, Buenos Aires, 2020, p. 281 y ss.; AGUIRRE, Patricia, *Devorando el planeta. Cambiar la alimentación para cambiar el mundo*, Capital Intelectual, Buenos Aires, 2022, p. 47 y ss.

(8) CIURO CALDANI, Miguel Ángel, “El derecho de la alimentación, despliegue relevante del derecho de la salud”, SJA 04/05/2016, 04/05/2016, pág. 14 y ss., La Ley Online AR/DOC/4337/2016.

(9) Cabe citar aquí a la Declaración Universal de Derechos Humanos (art. 25), en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (en adelante PIDESC, art. 11), la Convención de los Derechos del Niño (arts. 24 y 27) y Convención para la Eliminación de toda Forma de Discriminación contra la Mujer (Prólogo).

(10) SOZZO, Gonzalo, “La prevención de los daños al consumidor”, en *Tratado de Derecho del Consumidor*, Tomo III, dirigido por Gabriel Stiglitz y Carlos A. Hernández, Buenos Aires, La Ley, 2015, p. 160 y ss.; TRIVISONNO, Julieta B., “Derecho a la alimentación adecuada y Derecho del Consumidor”, *Revista del Instituto Argentino de Derecho del Consumidor*, Nro. 10, Abril 2021, Cita: U-MCXLI-427, www.ar.legister.com.

(11) El *Codex Alimentarius*, creado en el seno de la “Food and Agriculture Organization” (FAO) de la ONU y el Reglamento 178/2002 de la Unión Europea.

(12) TRIVISONNO, Julieta B., “El derecho a la alimentación saludable: información al consumidor y etiquetado frontal de alimentos”, *Dossier de Derecho del Consumidor*, dirigido por Carlos Hernández, 14/07/2021, JA 2021-III, fascículo 3, p. 76 y ss.

Por su parte, el ingreso de la regulación de defensa del consumidor al Código Civil y Comercial completó el proceso de constitucionalización y la contextualización del sistema de Derecho del Consumidor argentino dentro del marco de los tratados internacionales de derechos humanos y de derechos económicos, sociales y culturales⁽¹³⁾. Se habla, así, de humanización del Derecho del Consumidor⁽¹⁴⁾.

Esta clave de lectura, que enlaza consumo, alimentación y salud, se encuentra presente en la legislación infraconstitucional de los últimos años. Entre otras, cabe citar a la ley 25.724 –Programa de Nutrición y Alimentación en cumplimiento del deber indelegable del Estado de garantizar el derecho a la alimentación de toda la ciudadanía–, la ley 26.396 de trastornos alimentarios, la ley 26.588 relativa a la celiaquía.

Este horizonte se consolidó con la sanción de la ley 27.642 de “Promoción de la alimentación saludable”, que puso de manifiesto la vinculación entre alimentación, salud, información y seguridad como derechos fundamentales del consumidor, así como también con los principios de acceso al consumo sustentable, la transparencia del mercado de productos alimenticios y la dignidad del consumidor.

4. El alimento como producto: su ingreso en la lógica del Derecho del Consumidor

De acuerdo con lo desarrollado en aportes precedentes⁽¹⁵⁾, un adecuado estudio de la problemática alimentaria desde el Derecho del Consumidor requiere: a) de una concepción del alimento como producto elaborado, no como una cosa que proviene de la naturaleza sino como fruto de un sector de la industria que interviene en su elaboración y procesamiento según reglas científicas y técnicas⁽¹⁶⁾, b) de una concepción amplia de alimento que comprenda a todo producto que esté destinado a ser ingerido por las personas o con probabilidades de serlo, tanto si han sido transformados entera o parcialmente como si no han sido transformados en ninguna medida⁽¹⁷⁾, y c) de una noción que tenga en cuenta que el alimento, al estar destinado a ingresar en el cuerpo de quien lo consume, expresa una particular relación entre cuerpo y ambiente⁽¹⁸⁾.

Esta concepción amplia que se propone resulta acorde a lo que ocurre en la realidad de la industria alimentaria, en tanto los procesos de industrialización generaron nuevos formatos de alimentos cuyo consumo se extendió en todas partes del planeta. En la actualidad, el sistema NOVA de clasificación de los productos alimenticios da cuenta del nivel de industrialización al cual ha llegado el sector, al categorizar a los alimentos y bebidas según la naturaleza, grado y finalidad del procesamiento al que se someten antes de comprarse o adquirirse. Se habla así de alimentos no procesados o mínimamente procesados, alimentos procesados y ultraprocesados. En esta última categoría, muy prolífica en el mercado alimentario, los productos son formulaciones industriales elaboradas principal o totalmente a partir de sustancias derivadas de componentes de los alimentos, que se valen de aditivos y se basan en diversos procesos industriales que no tienen equivalentes en las viviendas particulares, como la hidrogenación o el preprocesado para freír. Su finalidad es crear productos listos para comer o beber⁽¹⁹⁾.

En síntesis, una noción amplia de alimento como producto elaborado permite una mayor proyección del principio protectorio de la persona consumidora, quien –a ciegas y distante– confía en la multiplicidad de productos

(13) STIGLITZ, Gabriel - SAHIÁN, José, *El nuevo Derecho del Consumidor*, La Ley, Buenos Aires, 2020, p. 22.

(14) SOZZO, Gonzalo, “Consumo digno y verde: humanización y ambientalización del Derecho del Consumidor”, *RDPC*, Nro. 2012-3, Rubinzal Culzoni, Santa Fe, 2012, p. 139 y ss.

(15) Ver nota 2 del presente trabajo.

(16) SOZZO, Gonzalo, “La prevención de los daños al consumidor”, en Stiglitz, Gabriel y Hernández, Carlos (directores), *Tratado de Derecho del Consumidor*, Tomo III, Buenos Aires, 2015, La Ley, p. 160 y ss.

(17) Esta noción amplia –que propone el Reglamento 178/2002 de la Unión Europea– incluye a las bebidas, gomas de mascar, y cualquier sustancia que sea incorporada voluntariamente al alimento durante su preparación y excluye del concepto algunas categorías como piensos, medicamentos, cosméticos, entre otras.

(18) SOZZO, Gonzalo, “La prevención de los daños al consumidor”, cit., p. 160 y ss.

(19) OPS-OMS, Informe sobre “Alimentos y bebidas ultraprocesados en América Latina: ventas, fuentes, perfiles de nutrientes e implicaciones”, Washington DC, 2019, disponible en: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/51523> (consultado el 20/08/2023).

alimenticios que se le ofrecen para ser ingeridos, compuestos por gran cantidad de ingredientes y realizados mediante procesos que se desconocen totalmente.

5. Desafíos del Derecho del Consumidor en relación con la alimentación adecuada y saludable: presente y futuro

La agenda reseñada en los apartados precedentes decanta con gran impacto en el Derecho del Consumidor e impone múltiples desafíos. Esto puede verse con claridad si se realiza un punteo de problemáticas vinculadas al consumo de productos alimenticios desde el mapa de los principios del Derecho del Consumidor y de los derechos fundamentales de las personas consumidoras. Entre otras, pueden destacarse las siguientes cuestiones:

a) *El acceso al consumo*, la posibilidad de acceso físico y económico a la alimentación encuentra uno de sus contenidos básicos en el control de precios y los precios justos, en particular en el marco de la emergencia económica y sanitaria, los crecientes índices inflacionarios y la consiguiente agudización de la situación social⁽²⁰⁾.

b) *El consumo sustentable*: se proyecta sobre la posibilidad de diseño de políticas vinculadas a los sistemas de producción de alimentos en el ámbito agropecuario y la industria, así como el *packaging* sostenible de los productos, la pérdida y desperdicio de alimentos, las “etiquetas verdes” como herramienta para informar al consumidor sobre datos relevantes asociados a riesgos, incertidumbres o cuestiones ambientales, la publicidad de productos alimenticios relación con el principio de consumo sustentable⁽²¹⁾.

c) *La tutela de la hipervulnerabilidad* en materia alimentaria, también nos coloca frente a desafíos de variada índole. Entre ellos, la vulnerabilidad socio económica que dificulta el acceso a los alimentos –y que se intensifica en contextos familiares integrados por niños, niñas, adolescentes, personas mayores, enfermas o con discapacidad–, las situaciones de enfermedad, alergias o intolerancias alimentarias, las personas consumidoras que padecen trastornos alimenticios. Se comprende también aquí la situación de los niños, niñas y adolescentes frente a las estrategias desplegadas desde el marketing alimentario, con prácticas comerciales agresivamente dirigidas a ellos/as en miras captar su atención y ejercer peso en la decisión de compra mediante el empleo de múltiples recursos (personajes simpáticos, colores cuidadosamente seleccionados, entre otras cuestiones que se encuentran estudiadas en base a evidencia científica)⁽²²⁾.

d) *El derecho a la información* y su contrapartida en la obligación de informar, que en materia de productos alimenticios se canaliza a través del etiquetado o rotulado, cuyos despliegues se analizarán en las próximas líneas.

e) *Los principios de prevención y precaución* que se reflejan en la problemática de la seguridad alimentaria, vinculados al derecho a la *seguridad y la salud de la persona consumidora*. El alimento como producto se inserta en los dispositivos relativos a la obligación de seguridad y el deber de advertencia (arts. 5 y 6 de la ley 24.240) y a la responsabilidad por producto elaborado (art. 40 de la ley 24.240). Asimismo, se vinculan a estos principios el uso y aplicación de tecnologías en la industria alimentaria y la problemática de los riesgos del desarrollo.

Un párrafo independiente merece la reciente ley 27.642, cuya sanción ha permitido avanzar en soluciones y dispositivos protectorios de gran relevancia en materia alimentaria, no sólo por lo que su consagración significa en términos protectorios, sino también por su proyección. Esto se ha producido en –al menos– 3 grandes ejes.

En primer lugar, en materia de derecho a la información y la correlativa obligación de informar, la ley adopta con carácter obligatorio el sistema de etiquetado frontal por medio de octógonos negros que advierten al consumidor acerca de la presencia de ingredientes críticos en

exceso, de edulcorantes y cafeína (arts. 4 a 7). Tal como se ha señalado, la opción se inserta en el marco de la tendencia latinoamericana dominante, e implica un reposicionamiento del consumidor como destinatario principal del contenido del rotulado, resignificando el modo en el que se le presenta la información a fin de que se encuentre en mejores condiciones de interpretarla y comprender los riesgos que conlleva el consumo de tales productos, en especial, si se trata de productos ultraprocesados.

En segundo lugar, la ley consagra herramientas de protección de la persona consumidora en cuanto destinataria de ciertas prácticas que resultan abusivas, engañosas y que atentan contra la transparencia en el mercado de productos alimenticios. Por un lado, se contemplan prohibiciones respecto al uso del etiquetado o rotulado como medio de promoción de los productos (art. 9), en tanto la etiqueta rótulo o envase se emplea como herramienta para captar la atención del consumidor⁽²³⁾.

Por otro lado, la ley establece algunas limitaciones relativas a prácticas como la publicidad, promoción o patrocinio de los productos que deban llevar al menos un sello de advertencia en miras a que no se estimule indebidamente su consumo, en particular cuando dichos productos están dirigidos a niños, niñas y adolescentes (art. 10). Se entiende como “publicidad y promoción” a “toda forma de comunicación, recomendación o acción comercial con el fin, efecto o posible efecto de dar a conocer, promover directa o indirectamente un producto o su uso” (inciso f). La fórmula empleada resulta amplia, y por ende comprensiva de toda estrategia comunicacional que se utilice, incluso la intervención de *influencers* o de aplicaciones que promuevan el consumo de determinados productos alimenticios.

Se trata de valiosas disposiciones relativas al *marketing* de alimentos y bebidas que tienen en cuenta la tutela de consumidores con vulnerabilidad agravada como los niños, niñas y adolescentes, y que se articulan con la normativa de la ley 24.240 y del Código Civil y Comercial, en especial con los arts. 1097, 1098 y 1101, inciso c); esta última norma en tanto reconoce como abusiva aquella publicidad que induzca al consumidor a comportarse de forma perjudicial o peligrosa para su salud o seguridad.

En términos de prospectiva, los Proyectos de Código de Derecho del Consumidor⁽²⁴⁾ identifican como práctica abusiva a aquella que tienda a “[e]stimular la adquisición de bienes o la prestación de servicios que, en un contexto o circunstancias determinadas, expongan o potencien riesgos a la salud o la seguridad del consumidor o usuario” (art. 26, inc. 5). El estándar ideado amplía los márgenes de actuación en tanto se proyecta no sólo a la publicidad, sino también a otros tipos de prácticas que se lleven a cabo para estimular el consumo, tales como los concursos en los que se premia a quien pueda ingerir más cantidad de comidas, bebidas, o consumo de cualquier otro producto que resulte nocivo para la salud⁽²⁵⁾, el uso de aplicaciones, plataformas o entornos digitales que no se limitan solo a facilitar la compra de bienes, sino que también asesoran para hacer ejercicios, tener comportamientos saludables, entre otras cuestiones⁽²⁶⁾.

En tercer lugar, la ley 27.642 introduce la dimensión de políticas públicas de protección de la persona consumidora de productos alimenticios, al regular cuestiones vinculadas a la formación para una alimentación saludable (art. 11) y a la protección de los entornos educativos (art. 12).

(20) STIGLITZ, Gabriel, “Acceso al consumo, control de precios y precios justos”, Revista de Derecho de Daños, Tomo 2020-3, pág. 225 y ss.

(21) BIANCHI, Lorena, “El impacto del principio del acceso a un consumo sustentable en el funcionamiento de la regulación de la publicidad en el Código Civil y Comercial de la Nación”, SJA 13/09/2017, pág. 45, JA 2017-III, pág. 1356; TABARES, Julieta, “Consumo sustentable: aportes para evitar la pérdida y el desperdicio de alimentos”, en JA, 2023-1, fasc. 8, 24/02/2023.

(22) MÉNDEZ, María Gabriela y ALVARADO, Sinar, “Hackear los cerebros infantiles”, en <http://bocado.lat/hackear-los-cerebros-infantiles/>.

(23) SEPIURKA, Mariana, “Diseño y packaging en la captación del consumidor”, en *La responsabilidad de las empresas y la tutela del consumidor de alimentos*, Carlos Ghersi (comp.), Eudeba, Buenos Aires, 1998, p. 53 y ss.

(24) Respecto a los proyectos citados, la primera versión fue elevada al PEN, y publicada como “Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor”, en el diario La Ley 17/12/18. El Anteproyecto ingresó como Proyecto de Ley de Defensa del Consumidor (PLDC), al Honorable Senado de la Nación mediante expediente S-2576/19 con el apoyo de diversos sectores políticos. En el año 2020 se presentaron dos nuevas propuestas de Proyecto de Código en la Cámara de Diputados identificados como expedientes 3143-D-2020 y 5156-D-2020, ambos con grandes coincidencias con aquel Proyecto ingresado en el Senado. Asimismo, más recientemente, han sido presentados los Proyectos que constan en los expedientes 3607-D-2022 y Expte. 337/23.

(25) Al respecto ver: ARIAS, María Paula y TRIVISONNO, Julieta B., “Las prácticas abusivas del art. 26 del anteproyecto de ley de defensa del consumidor”, Suplemento Especial: Comentarios al Anteproyecto de LDC, p. 305, TR LALEY AR/DOC/616/2019.

(26) Respecto a este tema ver: LANNI, Sabrina; MAGRI, Geo, “Healthy Eating Apps. La salubrità degli alimenti in mano agli algoritmi”, Osservatorio del diritto civile e commerciale, Fascicolo 1, enero 2020, Il Mulino, Bologna, doi: 10.4478/98132.

Esto resulta acertado, en tanto el desarrollo de un sistema eficaz de defensa del consumidor no puede prescindir del fortalecimiento de la función del Estado a través de políticas activas, en especial dirigidas a la educación, información y prevención⁽²⁷⁾.

Como se ha señalado, la educación alimentaria a nivel escolar y familiar resulta imprescindible para generar “formas de comportamiento en el consumo de alimentos sanos, que contrarresten las comunicaciones de masa y sus impactos negativos de hábitos consumistas desaconsejables desde la salud individual y social”⁽²⁸⁾. Se intenta lograr que niños, niñas y adolescentes cuenten con una adecuada formación para generar hábitos saludables.

Lo previsto en el art. 11 de la ley de Promoción de la alimentación saludable, se articula con la ley 24.240, que ordena incorporar a los currículos de los diversos niveles educativos –comprendidos también el terciario y universitario– contenidos de educación al consumo (art. 60), con referencia expresa a la formación en contenidos atinentes a la alimentación (art. 61). En una línea similar se encuentran la ley 26.396 de trastornos alimentarios y la ley 25.724 que reconoce la necesidad de proveer a la educación alimentaria como herramienta imprescindible para el desarrollo de conductas permanentes que permitan a la población decidir sobre una alimentación saludable desde la producción, selección, compra, manipulación y utilización biológica de los alimentos (art. 5, inc. f).

Por su parte, en prospectiva, los Proyectos de Código de Derecho del Consumidor, han propuesto sólidas directrices para el diseño de políticas públicas, entre las que

se destaca el deber de las autoridades de tomar medidas apropiadas que promuevan la efectividad de derechos económicos, sociales y culturales, entre ellos la alimentación (art. 32).

6. Reflexiones finales

Como puede observarse, los lineamientos provenientes del ámbito nacional e internacional nos orientan hacia la formulación de normas y políticas públicas adecuadas que tutelen en forma integral a la persona consumidora en el ámbito alimentario.

Con la sanción de la ley 27.642, nuestro país ha avanzado en este sentido, en tanto ha legislado respecto a la información y advertencia debidas al consumidor alimentario y ha establecido prohibiciones respecto a prácticas propias del marketing alimentario que estimulan y promueven comportamientos perjudiciales o peligrosos para la salud o seguridad de la persona consumidora. La ley ha proporcionado también pautas vinculadas a la tutela de los niños, niñas y adolescentes como consumidores especialmente vulnerables en materia alimentaria, diseñando políticas públicas dirigidas a la educación alimentaria y a la protección de los entornos escolares.

Aunque el panorama resulta alentador, será preciso contar con una cuidada implementación de lo previsto en la ley y de la normativa proyectada, así como también con una planificación que permita ir logrando progresivamente mayores niveles de protección de la persona consumidora en el ámbito alimentario.

VOCES: DERECHOS DEL CONSUMIDOR - DEFENSA DEL CONSUMIDOR - OBLIGACIONES - CONTRATOS - CONSTITUCIÓN NACIONAL - COMERCIO E INDUSTRIA - SALUD PÚBLICA - DAÑOS Y PERJUICIOS - CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL - DAÑO - DERECHO CIVIL - ORGANISMOS ADMINISTRATIVOS - ECONOMÍA

(27) STIGLITZ, Gabriel, “Políticas de defensa del consumidor, en *Tratado de Derecho del Consumidor*, Tomo IV, dirigido por Gabriel Stiglitz y Carlos A. Hernández, La Ley, Buenos Aires, 2015, p. 555 y ss.

(28) GHERSI, Carlos, “De los alimentos a la industria alimentaria”, en *La responsabilidad de las empresas y la tutela del consumidor de alimentos*, dirigido por Carlos Ghersi, Eudeba, Buenos Aires, 1998, p. 10.