

El Derecho del Consumidor a la luz de la estrategia jurídica: la necesaria convergencia entre sistema jurídico y políticas públicas

por SANDRA A. FRUSTAGLI^(*)

Sumario: 1. INTRODUCCIÓN. – 2. DERECHO DEL CONSUMIDOR Y ESTRATEGIA JURÍDICA. – 3. A MODO DE REFLEXIÓN FINAL.

1. Introducción

A treinta años de vigencia de la ley 24.240 de Defensa del Consumidor⁽¹⁾, un recorrido retrospectivo sobre la evolución experimentada por la disciplina en los planos normativo, doctrinario y jurisprudencial conduce a concluir sin esfuerzo ni hesitaciones que el Derecho del Consumidor se ha consolidado en nuestro país como una nueva rama de la juridicidad⁽²⁾, transversal, con autonomía legislativa y científica, que enriquece y complementa el complejo de ramas jurídicas tradicionales⁽³⁾.

Las particularidades de persona, tiempo y lugar que le han dado origen son resultantes de procesos socioeconómicos gestados durante el siglo XX y ligados a la expansión y afirmación del capitalismo a nivel mundial⁽⁴⁾, caracterizada –entre otros tópicos– por la estandarización de la producción y de las relaciones contractuales, por la intensa influencia de la publicidad en la modelación de hábitos de consumo –y de la cultura– y la multiplicación progresiva de técnicas y herramientas de financiamiento que retroalimentan e impulsan al propio sistema económico; se agrega a ello la globalización de los mercados, generadora de mayores grados de exclusión socioeconómica⁽⁵⁾, panorama que –en el presente– se agrava a consecuencia de la disrupción tecnológica que ha penetrado con intensidad en el mercado de bienes y servicios abriendo

cauce a nuevas situaciones de vulnerabilidad en el ecosistema digital.

Tal escenario muestra las especificidades sociológicas, normológicas y axiológicas que confieren autonomía material a esta rama y revela la especial exigencia de justicia que la inspira, esto es resguardar la vulnerabilidad del consumidor como persona, tanto en su dimensión individual como colectiva.

La disciplina se edifica entonces sobre la idea de vulnerabilidad estructural del consumidor⁽⁶⁾; de ahí que su directriz primordial reside en el principio *pro consumidor* (art. 42 CN, art. 3 LDC, art. 1094 CCCN). Además, identifica y reconoce un núcleo de derechos fundamentales en el campo de las relaciones de consumo que resultan esenciales sustancial e instrumentalmente para superar ese estado de hiposuficiencia, asegurar la eticidad de las relaciones de consumo y preservar la dignidad de la persona consumidora; con la particularidad que la trama del sistema protectorio se incardina –al menos en el ámbito latinoamericano– en profunda conexión con la teoría general de los derechos humanos⁽⁷⁾.

2. Derecho del Consumidor y Estrategia Jurídica

Sentado lo anterior, el objetivo de este breve trabajo es aportar algunas reflexiones acerca del sentido del Derecho del Consumidor como rama, a partir de ciertos elementos de análisis que ofrece la estrategia jurídica. Enseña Ciuro Caldani que cabe entender a “la estrategia jurídica como ordenación de los medios para lograr el objetivo general de Derecho perseguido y a la táctica jurídica como los medios específicos para el cumplimiento de esa estrategia”⁽⁸⁾.

En retrospectiva, este punto de mira parece útil para aprehender el sentido profundo de la disciplina desde una comprensión macro jurídica, abarcadora de los intereses en juego, integradora y dinámica, en conexión con todo el sistema jurídico. En prospectiva, pone en valor el fuerte sentido de futuro del Derecho y su indispensable dinamismo⁽⁹⁾; por ende, contribuye a planificar y ordenar los medios adecuados para alcanzar un desarrollo armonioso entre los avances del sistema normativo de protección y las políticas públicas tendientes a su efectiva implementación, aspecto que al presente aún no ha logrado consolidarse de modo pleno.

Desde la perspectiva de análisis propuesta, el surgimiento del Derecho del Consumidor como rama constituye en sí mismo una estrategia jurídica de regulación del mercado encaminada a remover o paliar las asimetrías informativas, económicas y técnicas –entre otras– que afectan al consumidor. Este fin, en paralelo, pone de manifiesto su inescindible interrelación con el Derecho de la Competencia⁽¹⁰⁾, ámbito donde en nuestro país las de-

NOTA DE REDACCIÓN: Sobre el tema ver, además, los siguientes trabajos publicados en EL DERECHO: *Daño moral y daños punitivos*, por GONZALO PEÑALBA PINTO, ED, 220-1003; *El daño punitivo*, por CLAUDIO GROSSO, ED, 227-964; *El daño punitivo en las acciones colectivas en defensa de derechos de consumidores*, por MARIANO DE ESTRADA, ED, 236-874; *El daño punitivo ante supuestos de responsabilidad objetiva*, por MARCELO QUAGLIA, ED, 253-48; *Marchas y contramarchas en las reformas propuestas al régimen de defensa del consumidor*, por DANIEL ROQUE VITOLO, ED, 255-793; *Los debates en torno a la figura del daño punitivo y sus condiciones de aplicación*, por FRANCISCO JUNYENT BAS y MARÍA CONSTANZA GARZINO, ED, 258-317; *El Código Civil y Comercial, la prevención, el expuesto y los daños punitivos*, por GRACIELA LOVECE, ED, 269-681; *La aplicación del Código Civil y Comercial al derecho administrativo: en particular, respecto a la responsabilidad del Estado*, por JUAN CARLOS CASSAGNE, EDA, 2017-949; *Daños punitivos: un análisis desde sus elementos constitutivos*, por MACARENA BARICCO PRATS, ED, 278-833; *Daños punitivos y responsabilidad del Estado*, por FRANCO RASCHETTI, ED, 280-748; *En torno a la figura del daño punitivo. A propósito de la configuración de las condiciones de procedencia. Algunas reflexiones sobre los casos “Teijeiro” vs. “Esteban” y la formulación del Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor*, por FRANCISCO JUNYENT BAS, ED, 283-776; *Daños punitivos: la petición de parte y el estudio procesal para hacerlo*, por FRANCO RASCHETTI, ED, 284-858; *Daños punitivos: comentarios en base a las conclusiones de las XXVII Jornadas Nacionales de Derecho Civil*, por MAXIMILIANO N. G. COSSARI, ED, 287-753; *El daño punitivo y la “tolerancia cero”*, por SAMIR ABEL DAYOUB, ED, 290-393; *Vulnerabilidad, ahorro y consumo: Hacia la acentuación de la cuantificación de los daños punitivos a través de la aplicación de la fórmula de Irigoyen Testa*, por MARTÍN TESTA, ED, 291-219. Todos los artículos citados pueden consultarse en www.elderechodigital.com.ar.

(*) Profesora Asociada de Derecho del Consumidor y de Derecho de los Contratos (Facultad de Derecho UNR). Investigadora de la CIC-UNR. Vicepresidente del IADC.

(1) Sancionada el 22 de septiembre de 1993, promulgada el 13 de octubre de ese año por decreto 2089/1993 con vetos parciales que afectaron importantes instituciones, rige desde el 15 de octubre del mismo año, fecha en que se publicó en el Boletín Oficial.

(2) Una magistral reseña de la evolución p. v. en Stiglitz, Gabriel, *La defensa del consumidor en Argentina. 30 años de derecho, sin políticas*, Tomo I, Rubinzal Culzoni, Santa Fe, 2012. Más reciente, p. v. Hernández, Carlos, “Estado actual del Derecho del Consumidor. A 25 años de la vigencia de la Ley de Defensa del Consumidor”, en La Ley, cita online AR/DOC/3574/2018.

(3) Acerca de las nuevas ramas jurídicas transversales como una exigencia de la nueva era p.v. Ciuro Caldani, Miguel Ángel, “Necesidad de un complejo de ramas del mundo jurídico para un nuevo tiempo”, en *Investigación y docencia*, N° 40, pág. 113 y ss.

(4) Una interesante y profunda reflexión acerca de su sentido filosófico p. c. en Ciuro Caldani, Miguel Ángel, “Desde la protección del propietario a la protección del consumidor y el usuario (Aportes a la filosofía del Derecho Privado)”, ED, 159-1022.

(5) Ver Porto Macedo, Ronaldo, “Globalização e Direito do Consumidor”, en *Direito do Consumidor*, n° 32, pág. 45 y ss.

(6) Lorenzetti, Ricardo, *Consumidores*, Rubinzal Culzoni, Santa Fe, 2003, pág. 16. La Corte Suprema de Justicia de la Nación no duda en reconocer esa vulnerabilidad estructural del consumidor y en afirmar la protección constitucional que se le dispensa y ha afirmado que “los usuarios y consumidores son sujetos particularmente vulnerables a los que el constituyente decidió proteger de modo especial, y por lo tanto no corresponde exigirles la diligencia de quien celebra un contrato comercial”, en autos “Ledesma, María Leonor c. Metrovías S.A.”, 22/04/2008, Considerando 7, Fallos 331, pág. 819.

(7) Ampliar en Sozzo, Gonzalo, “Consumo digno y verde: humanización y ambientalización del derecho del consumidor”, en RDPyC, 2010-3, Rubinzal Culzoni, Santa Fe, pág. 142; Frustagli, Sandra –Hernández, Carlos, “La protección al consumidor desde la perspectiva de los derechos humanos y de los derechos fundamentales”, *Jurisprudencia Argentina*, T. 2017-III, 1341 y ss.; Sahián, José Humberto, *Dimensión constitucional de la tutela del consumidor*, La Ley, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2017; Tambussi, Carlos (Dir.), *Ley de Defensa del Consumidor. Comentada. Anotada. Concordada*, Hammurabi, Bs. As., 2017, pág. 48 y ss.

(8) Ciuro Caldani, Miguel Ángel, “La estrategia jurídica, una deuda del Derecho actual”, *Investigación y Docencia*, 2011, http://www.centrodefilosofia.org/lyD/lyD46_6.pdf, pág. 51

(9) *Ibidem*, pág. 50.

(10) Kemelmajer de Carlucci, Aída, “Derecho de los consumidores y Derecho de la libre competencia”, publicado en *Academia Nacional de Derecho*, 2000, pág. 261, La Ley online AR/DOC/10932/2003;

ciones estratégicas adoptadas en el plano normativo no han sido convergentes con políticas públicas que garanticen su efectiva puesta en acción. En la actualidad, dentro de las categorías que en términos estratégicos se asocian al *reconocimiento del campo* de la realidad, cabe identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA).

Al respecto, constituye una *fortaleza* central en el desarrollo y evolución del Derecho del Consumidor en el ámbito nacional los instrumentos internacionales de *soft law*, tal como las Directrices de Naciones Unidas para la Protección al Consumidor donde se establecen líneas de acción para una política de defensa del consumidor y se identifican núcleos básicos de las tácticas o instrumentos tuitivos que pueden adoptar los estados para el mejoramiento de los niveles de tutela⁽¹¹⁾. Cabe recordar que las Directrices constituyen el único instrumento convenido internacionalmente sobre protección del consumidor y han sido aplicadas ampliamente por los Estados miembros de la UNCTAD, mostrando un matiz performativo, pues accionan sobre el derecho de los estados miembros al actualizar las grandes líneas rectoras que deben guiar las regulaciones estatales⁽¹²⁾.

Es posible detectar factores políticos capaces de *debilitar* la protección desde la perspectiva macro jurídica considerada. Por ejemplo, en los hechos, la estructura federal de nuestro país determina que en algunas provincias las políticas de implementación de protección del consumidor sean débiles o inexistentes, circunstancia que genera dificultades en el acceso a la justicia y conspira contra la tutela judicial efectiva. Lo mismo sucede con la falta del desarrollo de políticas integrales de educación al consumidor para el ejercicio de sus derechos. En el plano institucional, la ausencia de autoridades de aplicación y agencias de control dotadas de autonomía y recursos suficientes conspira indudablemente contra la consolidación de una protección real y eficiente.

En términos de *oportunidades*, la evolución y desarrollo del Derecho del Consumidor nacional permite detectar el aprovechamiento de circunstancias sociopolíticas en la toma de decisiones que se orientaron a incrementar paulatinamente los niveles de tutela. Sobre el particular, cabe poner de relieve ciertos hitos de especial significación, así:

a) La sanción de la ley 24.240 tuvo lugar en el escenario de la integración de nuestro país al MERCOSUR, debido a que la vigencia en Brasil de un CDC obligó a los demás países de la región a acelerar la adopción de marcos reguladores de la defensa del consumidor, co-

mo camino para avanzar en el proceso de armonización de legislaciones internas. Pese a los vaivenes políticos e institucionales ese propósito se ha conservado, siendo el Comité Técnico N° 7 Defensa del Consumidor (creado por Dir. CCM 01/1995, Dec. CMC 59/2000) el ámbito específico donde se negocia la aproximación y armonización legislativa. Merece destacarse que en los últimos años los trabajos en el seno del citado Comité han sido fecundos en la identificación de problemas regionales comunes y acuciantes, plasmándose en resoluciones que avanzan sobre la agenda actual de la protección del consumidor⁽¹³⁾.

b) La reforma constitucional de 1994 fue el momento histórico crucial para elevar el estatus de la protección nacional del consumidor situándola en el nivel más alto posible del sistema jurídico. Estratégicamente, la decisión de consagrar los derechos fundamentales del consumidor en el marco de la relación de consumo fue clave para cimentar sobre bases sólidas el sistema protectorio y propender a su mejoramiento y fortalecimiento⁽¹⁴⁾. Cabe destacar que el texto constitucional abre cauce a una protección que trasvasa los aspectos patrimoniales de la relación de consumo para adquirir un perfil decididamente humanista, comprensivo de la protección de la dignidad, la salud, la integridad física, es decir, centrada en salvaguardar al consumidor como ser humano⁽¹⁵⁾.

c) A su turno, el Código Civil y Comercial tuvo el acierto estratégico de incorporar al sistema de Derecho Privado los principios y reglas constitutivos del piso mínimo de protección al consumidor en el campo contractual, sede desde donde irradia con alcance general a todos los ámbitos y segmentos de la contratación con consumidores. Esta decisión implicó además la apertura a un diálogo y articulación entre los principios y reglas de la LDC y los principios generales y reglas del CCCN, con ajuste a los valores y principios contenidos en la Constitución Nacional y en los Tratados Internacionales de Derechos Humanos, de enorme significación por cuanto se trata de un posicionamiento metodológico cuyo impacto sistémico se proyecta más allá de las fronteras del contrato de consumo⁽¹⁶⁾.

d) En el presente, la evolución discurre hacia la codificación del Derecho del Consumidor. Se ha dicho que “[e]n el marco estratégico y táctico es importante reconocer en plenitud la realidad social, normativa y axiológica de la que se parte, a cuál se pretende llegar y cómo se ha de recorrer el camino para lograrlo”⁽¹⁷⁾. En ese último aspecto, nos parece que las acciones gubernamentales que han impulsado primero una reforma integral a la ley 24.240 que posibilitara su modernización, derivando con posterioridad en propuestas de sanción de un código de defensa del consumidor, se manifiestan –a nuestro juicio– como proyectos legislativos concebidos con conciencia de una estrategia jurídica integral, abarcativa tanto de un marco regulatorio capaz de dar respuestas jurídicas a los desafíos actuales del mercado a través de herramientas sustantivas y procesales, como de las líneas de acción política y los diseños institucionales necesarios para concretar la efecti-

Feld, Nicole D. – Tambussi, Carlos E., “Primeras reflexiones sobre la nueva Ley de Defensa de la Competencia”, *RDCO* 291, pág. 831 y ss.; Krieger, Walter F., “Relaciones y complementariedad entre el Derecho del Consumidor y la Defensa de la Competencia”, en *Sup. Esp. Com. Ley de Defensa 2018* (octubre), pág. 525, cita online AR/DOC/2124/2018.

(11) La Asamblea General de la ONU ha reafirmado que las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor son “un conjunto valioso de principios para establecer las principales características que deben tener las leyes de protección del consumidor, las instituciones encargadas de aplicarlas y los sistemas de compensación para que sean eficaces, y para ayudar a los Estados Miembros interesados a formular y aplicar leyes, normas y reglamentos nacionales y regionales adaptados a sus propias circunstancias económicas, sociales y ambientales, así como para promover la cooperación internacional entre los Estados Miembros en el ámbito de la aplicación y alentar a que se compartan las experiencias en materia de protección de los consumidores”.

(12) La primera versión elaborada en 1985 se concentró en principios que afrontaban las problemáticas de ese tiempo histórico, en esencia aspectos patrimoniales de la relación consumidor-empresa, enfocándose en nivelar las principales asimetrías que preocupaban en ese momento. En la segunda versión, en el año 1999, las directrices pasan a ocuparse también de la necesidad de promover modalidades sostenibles de consumo. La perspectiva ambiental, íntimamente vinculada a la producción y al consumo, pasa a ser también una preocupación para las políticas de protección al consumidor. Ya la versión de 2015 da cuenta de un modelo regulativo del consumo decididamente preocupado por cuestiones extrapatrimoniales, un enfoque atravesado por la perspectiva de derechos humanos, de la protección de la persona: acceso al consumo, protección de los consumidores en situación de desventaja y de la protección de los datos personales. Así se establece que “Las necesidades legítimas que las directrices procuran atender son las siguientes: a) El acceso de los consumidores a bienes y servicios esenciales; b) La protección de los consumidores en situación vulnerable y de desventaja; j) Un grado de protección para los consumidores que recurran al comercio electrónico que no sea inferior al otorgado en otras formas de comercio; k) La protección de la privacidad del consumidor y la libre circulación de información a nivel mundial”. Ese *soft law* se manifiesta como un nuevo derecho con perfiles que aparecen ahora también apuntando a una protección de los derechos fundamentales de las personas.

(13) Destacan por la relevancia de las temáticas abordadas, la resolución 36/2019 sobre principios fundamentales, la 37/2019 que adopta pautas mínimas para la protección del consumidor en el comercio electrónico y la 11/2021 sobre consumidores hipervulnerables. Durante 2021 estaban a debate otras problemáticas de singular importancia para la región, como ser las negociaciones para consensuar bases normativas en materia de prevención y saneamiento del sobreendeudamiento de los consumidores. Sobre el particular p. v. Japaze, María Belén, “La protección de los consumidores sobreendeudados en el MERCOSUR: Acciones del Comité Técnico N° 7. La regulación en los Estados Parte. La situación en Argentina”, en AA. VV., *Los 30 años del MERCOSUR: avances, retrocesos y desafíos en materia de protección al consumidor*, dirigido por Claudia Lima Marques, Luciane Klein Vieira y Sergio Sebastián Barocelli, UJ Editores, Argentina, 2021, cita online UJ-MMVIII-283.

(14) Recordamos que el texto del anteproyecto de declaración de los derechos del consumidor fue elaborado por el jurista Gabriel Stiglitz, tuvo aprobación en el II Congreso Argentino de Derecho del Consumidor (Rosario, 1994) y fue presentado en la Convención Constituyente, en la Comisión de Nuevos Derecho y Garantías, por el convencional Roberto Irigoyen, v. Stiglitz, Gabriel, *La defensa del consumidor en Argentina. 30 años de derecho, sin políticas, cit.*, pág. 23 y ss.

(15) Frustagli, Sandra – Hernández, Carlos, “La protección al consumidor desde la perspectiva de los derechos humanos y de los derechos fundamentales”, *cit.*

(16) Ampliar en Hernández, Carlos, “Estado actual del Derecho del Consumidor. A 25 años de la vigencia de la Ley de Defensa del Consumidor”, *cit.*

(17) Ciuro Caldani, Miguel Ángel, “La estrategia jurídica, una deuda del Derecho actual”, *cit.*, pág. 56.

va vigencia de los derechos de los consumidores, tanto en su faz individual como colectiva⁽¹⁸⁾.

Es fundamental reconocer las situaciones que *amenazan* el desenvolvimiento o la consolidación del Derecho del Consumidor. En este sentido, no es menor el impacto que tiene la oscilación entre modelos económicos más afines al liberalismo o a la socialdemocracia, a cuyo ritmo pueden trazarse políticas de restricción o de expansión del sistema tuitivo. En cierto modo, también pueden interpretarse como amenazas la continua innovación en los mecanismos de marketing y comercialización empleados por las grandes empresas, impulsados por la globalización económica, unidos hoy al avance de poderosas tecnologías como la IA⁽¹⁹⁾, que originan nuevas situaciones de vulneración de derechos para las cuales los marcos regulatorios quedan –en muchos aspectos– obsoletos (piénsese, por ejemplo, en lo que sucede con la aplicación de algoritmos inteligentes al análisis de datos masivos que permiten perfilar segmentos de consumidores a los cuales dirigir campañas publicitarias personalizadas y manipular sus preferencias minando la libertad de elección⁽²⁰⁾, sin perjuicio de la afectación de la privacidad subyacente en su empleo).

Entre las categorías de análisis que se manejan en el plano estratégico, aparecen los denominados modelos de estrategia jurídica⁽²¹⁾, existen diversas clases y suelen presentarse combinados y no de manera pura. Desde ese enfoque, puede afirmarse que el Derecho del Consumidor adopta parcialmente un modelo de estrategia de excelencia, valiéndose de tácticas de fortalecimiento de la propia posición para concretar su pretensión de nivelar las asimetrías que afectan a la persona consumidora. Así, como ya se mencionó, recurre al reconocimiento de un conjunto de derechos sustanciales e instrumentales de raigambre constitucional y de la afirmación de un principio protectorio como pauta directriz de esa rama jurídica (art. 42 CN). Otra solución que reafirma ese enfoque lo constituye la adopción del orden público como uno de los principios fundantes de la disciplina, con la consiguiente irrenunciabilidad anticipada de derechos (art. 65 LDC). También, la adopción de diseños institucionales que procuran afianzar su vigencia por vía de la actuación de autoridades administrativas propias que investigan y sancionan transgresiones, articulan acciones con autoridades provinciales (vg. a través del COFEDEC), gestionan vías de conciliación entre consumidores y proveedores y otros mecanismos alternativos de solución de controversias (vg. tribunales arbitrales de consumo). Sin embargo, en ese aspecto el modelo exige en la práctica atender al robustecimiento de las estructuras actuales de las autoridades de aplicación a fin de dotarlas de autonomía y autarquía en su funcionamiento⁽²²⁾. En la

(18) La idea de una planificación integral se desprende con precisión de la Fundamentación del Anteproyecto de Ley de Defensa del Consumidor elaborado por una Comisión Reformadora que integraron los Dres. Gabriel Stiglitz, Fernando Blanco Muiño, María Eugenia D'Archivio, Carlos A. Hernández, María Belén Japaze, Leonardo Lepíscopo, Federico Ossola, Sebastián Picasso, Gonzalo Sozzo, Carlos Tambussi, Roberto Vázquez Ferreyra y Javier Wajtraub, por encargo de la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor del Ministerio de la Producción y Trabajo de la Nación. Anteproyecto que luego sirvió de fuente directa a los diversos proyectos legislativos de código. Puede ampliarse en Hernández, Carlos A., Japaze, María Belén, Ossola, Federico A., Sozzo, Gonzalo, Stiglitz, Gabriel A., "Antecedentes y estado actual del Proyecto de Código de Defensa del Consumidor", en LL 2020-A, pág. 939, y de los mismos autores: "Hacia el Código de Defensa del Consumidor", La Ley online AR/DOC/592/2021. Entre los proyectos que han tenido estado legislativo se encuentran los expedientes S-2576/19, 3134-D-2020, 5156-D-2020, 3607-D-2022, y el más reciente expte. 337/23 presentado por senadores de la bancada de JxC en marzo de 2023.

(19) Un panorama del estado de la cuestión en general p. v. en Corvalán, Juan G., *Perfiles digitales humanos*, Ed. Thomson Reuters – La Ley, Buenos Aires, 2020; con referencia al derecho del consumidor v. Frustagli, Sandra A., "Derecho del consumidor frente a los desafíos del uso de la inteligencia artificial (IA) en las relaciones de consumo", JA 2021-III, pág. 149 y ss.; Colombo, María Celeste, "La reformulación de los principios del Derecho del Consumo ante la utilización de algoritmos", en Revista de Derecho del Consumidor, N° 13 (dic. 2022), en <https://ar.ijeditores.com/pop.php?option=articulo&Hash=8150d2bc06e353e40b6883366c0a4cc8>

(20) A nivel de noticias p. v. <https://www.beetrack.com/es/blog/inteligencia-artificial-y-consumo-masivo-una-alianza-tecnol%C3%B3gica-clave-para-el-crecimiento>

(21) Ciuro Caldani, Miguel Ángel, "La estrategia jurídica, una deuda del Derecho actual", *cit.*, pág. 69 y ss.

(22) En el XVI Congreso Argentino de Derecho del Consumidor (Bariloche, marzo de 2017), el Foro de discusión sobre "Políticas públicas, activismo ciudadano y protección del consumidor" recomendó

misma línea, corresponde intensificar las políticas públicas relativas a la educación al consumidor.

Tampoco resulta ajeno al Derecho del Consumidor el modelo de estrategia jurídica de relacionamiento, esto se evidencia en el recurso a tácticas tales como promover y propiciar una cultura de los servicios de atención al cliente para canalizar reclamos, como una dimensión del deber de trato digno, la creación de la figura del defensor del cliente en el marco de las empresas o el impulso de guías de buenas prácticas dirigidas a los proveedores⁽²³⁾, etc.

Asimismo, está presente el modelo de estrategia de enfrentamiento. Este se manifiesta en las herramientas jurídicas que el Derecho del Consumidor desarrolla a fin de nivelar las desventajas del consumidor en el campo procesal, tales como el beneficio de justicia gratuita, la competencia de los tribunales del domicilio real del consumidor, la admisión de cargas probatorias dinámicas o los procesos colectivos, entre otros institutos incardinados con el derecho de acceso a la justicia. Otra manifestación de ese modelo puede observarse en la adopción de un régimen de sanciones administrativas para el caso de violaciones de los deberes impuestos a los proveedores.

3. A modo de reflexión final

La estrategia jurídica aporta al Derecho del Consumidor una mirada que resulta de utilidad para ordenar y planificar un sistema protectorio cuya integralidad, dinamismo y adaptabilidad le posibilite alcanzar con eficiencia el objetivo de proteger a la persona consumidora, individual y colectivamente, con niveles de eficacia y eficiencia que faciliten la construcción de respuestas frente a las nuevas vulnerabilidades, ciertas o probables, que han nacido de la sociedad de la información y del avance inexorable de otras tecnologías disruptivas. Se trata de concretar los valores y principios que lo informan para que la utilidad inherente al mercado no diluya las exigencias de justicia.

En ese camino, el Derecho del Consumidor ha de proponer una estrategia dialógica o de relacionamiento con otras ramas que tienen relevancia táctica para fortalecer la tutela de las vulnerabilidades concretas, que encuentran resguardo en el nuevas ramas transversales de la jurisdicción tales como el Derecho de la Salud, el Derecho de la Educación, el Derecho Ambiental, el Derecho de la Vejez, el Derecho de la Alimentación, que desde sus propias realidades materiales convergen en la protección de distintas categorías de sujetos vulnerables, sobre bases convergentes que hunden sus raíces en los derechos humanos.

También urge contemplar acciones concertadas con otros estados y de cooperación con organismos internacionales, con el propósito de asegurar marcos protectorios de proyección internacional frente al fenómeno de disolución de las fronteras que representa la expansión del mercado digital.

En definitiva, la estrategia jurídica refleja en este campo que el sistema de protección demanda una equilibrada y precisa complementación entre el desarrollo de marcos normativos adecuados y políticas públicas claras y robustas que efectivicen la defensa de los derechos reconocidos a la persona consumidora.

VOCES: DAÑOS Y PERJUICIOS - DAÑO PUNITIVO - CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL - COMERCIO E INDUSTRIA - OBLIGACIONES - DERECHOS DEL CONSUMIDOR - DEFENSA DEL CONSUMIDOR - CONTRATOS - RELACIÓN DE CONSUMO - RESPONSABILIDAD CIVIL - CONSTITUCIÓN NACIONAL

"la creación por ley, tanto a nivel nacional como en las provincias, de un organismo administrativo específico e independiente, dotado de alta jerarquía, autarquía financiera y, en defecto de ello, que las áreas nacionales, provinciales y municipales que funcionen como autoridad de aplicación de la LDC y demás leyes complementarias y vinculadas a la protección y defensa de los derechos de consumidores y usuarios, no dependan de Ministerios o Secretarías vinculados a sectores de la economía a los que debe controlar (Comercio, Industria u otros); sino que funcionen en la órbita de los Ministerios de Justicia, Derechos Humanos, Gobierno o Ciudadanía."

(23) Un ejemplo lo constituye la "Guía Buenas Prácticas en las Relaciones de Consumo con Perspectiva de Géneros y Diversidades", elaborada de manera plural y colaborativa por distintos organismos estatales y organizaciones no gubernamentales, en el marco de un proceso de construcción colectiva impulsado por la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, p. c. en https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/06/00_-_guia_de_buenas_practicas_-_genero_y_consumo.pdf