

El derecho a la educación de la persona consumidora: desafío pendiente

por MARCELO C. QUAGLIA^(*)

Sumario: I. INTRODUCCIÓN. – II. EL DERECHO A LA EDUCACIÓN EN EL MARCO DE LA RELACIÓN DE CONSUMO: UN DERECHO FUNDAMENTAL. II.A) *El Derecho a la Educación de la Persona Consumidora: un apropiado marco normativo.* II.B) *El Derecho a la Educación de la Persona Consumidora: pasar de la potencia al acto.* – III. BREVES CONSIDERACIONES FINALES.

I. Introducción

A poco tiempo de la sanción de la ley 24.240, y hace ya casi 25 años, el querido y genial Atilio A. ALTERINI planteaba varios de los escollos que se evidenciaban –y se evidenciarían en el futuro– en el ámbito de la tutela a los consumidores y usuarios⁽¹⁾.

Así, con una prosa plagada de sarcasmo, nos advertía sobre diversos planteos y cuestionamientos que se opondrían a este régimen, brindando pautas o herramientas a través de los cuales superar dichos inconvenientes.

Sugería en primer término evitar la sanción de leyes de tutela. Si ello ya no era posible, desincentivar el análisis de esos textos acallando a los juristas. En caso de que ello también falle, buscar la imposición de razonamientos o lógicas formales que impidan la efectividad de las normas y, de no ser ello factible, convencer de lo innecesario de la protección a las autoridades (Poder Ejecutivo y Judicial –ya que el legislativo había sancionado normas–).

Finalmente, si nada de ello “funcionaba”, restaba (como último recurso) no educar a la persona consumidora, destacando que ello era “muy peligroso. Cuando la gente conoce sus derechos, los reclama, los exige”⁽²⁾.

Mucho se ha avanzado en varias de estas líneas, especialmente ante algunos de los embates que el autor anticipaba los que, a través del esfuerzo colectivo de abogados, doctrinarios y jueces, fueron vencidos en más de una oportunidad.

Es así como hoy no sólo tenemos un marco normativo consolidado, sino que ya existen proyectos que procuran la sanción de un Código de Defensa del Consumidor⁽³⁾,

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 VÍTOLO, 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, ED, 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.

(*) Magíster en Derecho Empresario (Facultad de Ciencias Empresariales - Universidad Austral, Argentina); Especialista en Derecho de Daños (Facultad de Derecho y Ciencias Sociales del Rosario - UCA, Argentina); Director de la carrera de posgrado de Especialización en la Magistratura (Facultad de Derecho y Ciencias Sociales del Rosario - UCA, Argentina); Profesor Protitular de Derecho de los Contratos Parte General, Derecho de los Contratos Parte Especial y Derecho del Consumidor (Facultad de Derecho y Ciencias Sociales del Rosario - UCA, Argentina); Juez de Distrito Civil y Comercial en Rosario, Argentina.

(1) ALTERINI, Atilio A.; “Cómo desbaratar la protección del consumidor”, LL, 1999-A, 783.

(2) ALTERINI, Atilio A.; “Cómo desbaratar...”, cit., p. 783.

(3) Pueden destacarse en este sentido los proyectos de Código de Defensa del Consumidor con actual estado parlamentario (Exptes.

en una pretensión de rama independiente del derecho que entendemos bien le cabe a la materia⁽⁴⁾.

Naturalmente la norma sola no basta, y ha sido acompañada de un rico análisis doctrinario del régimen, con la existencia de numerosas obras especializadas en la materia, que van desde comentarios de la ley hasta tratados de varios tomos⁽⁵⁾.

La lógica formal también ha sido superada. De esta forma, por ejemplo, se ha evitado que la existencia de regulaciones especiales, así como la superposición de autoridades de aplicación generales y específicas impida la aplicación del régimen general de tutela consagrado⁽⁶⁾.

También en esta línea vemos cómo las autoridades del Poder Ejecutivo y Judicial diariamente toman en sus manos los desafíos que le impone la tutela de los consumidores y usuarios procurando sancionar normas (en un sentido amplio y abarcativo de disposiciones, resoluciones, sentencias, etc.) que logren cada vez en forma más concreta efectivizar este especial régimen de protección. Baste al respecto consultar la página web de la autoridad de aplicación nacional⁽⁷⁾ o los numerosos repertorios jurisprudenciales existentes bajo el tesoro “Consumidor”.

Efectivamente mucho se ha hecho, pero también cabe advertir que, en un ámbito como el de la tutela a la persona consumidora, donde se evidencia un incesante y mutable mercado que diariamente busca ofrecer nuevos productos, diferentes servicios, desarrollando nuevas tecnologías y generando novedosas técnicas de comercialización, siempre quedará mucho por hacer.

Varios de mis colegas abordarán en el contexto del Foro de este Congreso los aspectos detallados, y seguramente lo harán con mayor y mejor profundidad, brindando nuevas visiones y aportes que nos enriquecerán. Es por ello que hoy pretendemos detenernos en la última reflexión del profesor ALTERINI, la más relevante a nuestro entender: la necesidad de educar a la persona consumidora. Como destaca CHAMATROPULOS, de nada servirá establecer un sistema de tutela de mucha intensidad a favor del consumidor si éste, en los hechos, no conoce sus derechos⁽⁸⁾.

II. El Derecho a la Educación en el marco de la relación de consumo: un derecho fundamental

El régimen de defensa del consumidor se constituye hoy como un derecho fundamental, humano, de libertad

2576-S-2019, 5156-D-2020 y 1989-S-2021), sobre los que volveremos *infra*.

(4) Para adentrarnos en esta interesante temática puede consultarse, entre otros, DURAND CARRION, Julio Baltazar; “Determinación del Derecho del Consumidor como Disciplina Jurídica Autónoma” en la Revista “Derecho y Sociedad Nro. 34”, pág. 69 (<https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/derechosociedad/article/download/13329/13956/>).

(5) Baste a mero título ejemplificativo, y amén de los innumerables trabajos de doctrina publicados, remitir a obras como el comentario de la ley del maestro Mosset Iturraspe y el Dr. Wajntraub (MOSETT ITURRASPE; Jorge y WAJNTRAUB, Javier; “Ley de Defensa del Consumidor”, Ed. Rubinzal Culzoni, Bs. As., 2010), el texto del ministro de la CSJN, el Dr. Lorenzetti (LORENZETTI, Ricardo L.; “Consumidores”, Ed. Rubinzal Culzoni, Bs. As., 2003); o el tratado dirigido por los Dres. Stiglitz y Hernández, obra colectiva en la que colaboraron numerosos autores (STIGLITZ, Gabriel y HERNANDEZ, Carlos A.; “Tratado de Derecho del Consumidor. Tomos I, II, III y IV”. Ed. La Ley, Buenos Aires, 2015), entre otros.

(6) En tal sentido, por ejemplo, las compañías aseguradoras se consideraban excluidas del régimen de tutela, alegando la existencia de una normativa propia y una específica autoridad de aplicación. Sin perjuicio de las ponderables opiniones que sustentaron esta posición, entendemos que la discusión planteada hoy debe considerarse zanjada, especialmente si se considera que la propia autoridad de aplicación (la Superintendencia de Seguros de la Nación), a través de la Resolución 38.708/14, que reglamenta la actividad aseguradora, en el punto 23.2 plantea la necesidad de adecuar los elementos técnico-contractuales de carácter particular a los términos de la ley 24.240 (norma que además incorpora en su página web dentro de la normativa aplicable a la actividad aseguradora –<http://www2.ssn.gob.ar/index.php/la-superintendencia/normativa>).

(7) <https://www.argentina.gob.ar/produccion/defensadelconsumidor>.

(8) CHAMATROPULOS, Demetrio A.; “Estatuto del Consumidor”, 2da. Ed. Ampliada, Bs. As., La Ley, 2019, comentario al art. 60 de la LDC.

y, además, como principio de orden económico⁽⁹⁾, contenido dentro de un marco de orden público que demanda su aplicación expresa, aun sin invocación de aquel por las partes⁽¹⁰⁾.

Asimismo, su reconocimiento constitucional justifica la realización de políticas dirigidas a maximizar la satisfacción de su contenido, permitiendo al ciudadano disfrutarlo en su máximo grado⁽¹¹⁾. Pero, para que la persona consumidora ejerza y disfrute de este régimen resulta imperioso y necesario que lo conozca, para lo cual, es evidente que necesita ser educado en su contenido.

De esta manera, la protección se amplía de manera preventiva ya que, a través de educación e información del consumidor, el Estado va más allá de la contención de ilegalidades y abusos⁽¹²⁾. Se genera así una tutela preventiva, en línea con esta función de la responsabilidad civil consagrada en el CCyC (art. 1710 y ss.).

No debe soslayarse que la educación no puede limitarse a la alfabetización del ciudadano y su formación para el trabajo. Debe también y principalmente promover la autonomía del individuo, su mejora humanística, su sentimiento de responsabilidad hacia el mundo en el que vive, sus responsabilidades cívicas y su conciencia del valor de los derechos individuales y sociales. Como señala CIURO CALDANI: el concepto de educación se construye a través del desarrollo del individuo para que se convierta en persona⁽¹³⁾.

A través de dichos lineamientos y ponderando la finalidad protectoria del régimen de tutela, fundada en la debilidad jurídica del consumidor en la relación⁽¹⁴⁾, la necesidad de educar y capacitar a la persona consumidora se constituye como el primer paraguas protector⁽¹⁵⁾. Y es que dicha vulnerabilidad muchas veces afecta el vínculo, distorsionando la libertad de acción y elección de la persona consumidora (distorsión que puede generar hasta el propio Estado al incentivar el consumo de determinados bienes o servicios en situaciones de emergencia económica)⁽¹⁶⁾. Pero la educación también es relevante, en orden a capacitar a la persona consumidora en su calidad de elemento esencial del mercado y factor generador de un consumo razonable y adecuado.

La educación en materia de consumo constituye entonces un instrumento de defensa del consumidor, no

sólo frente a los productores, sino también frente a los Estados⁽¹⁷⁾. Se procura “la autoprotección del consumidor: como la posibilidad del individuo de defenderse activamente, contando con conocimientos concretos sobre el funcionamiento del mercado y de sus derechos y responsabilidades”⁽¹⁸⁾; todo ello implica dignificar su calidad como persona (más allá del usual contenido económico de la relación configurada), con la jerarquía y relevancia que ello conlleva.

Es así como en el marco del MERCOSUR se considera entre los derechos básicos del consumidor la educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, quedando garantizadas la libertad de elección y el tratamiento igualitario cuando se contrate⁽¹⁹⁾.

Asimismo, considerando la transversalidad que caracteriza a este régimen, deberá ponderarse la necesidad de una educación tendiente a un consumo sustentable, en aras de la tutela de otros bienes de relevancia como el ambiente y su necesaria preservación para las generaciones futuras. La educación al consumidor debe orientarse a afrontar la adquisición y consumo de bienes y servicios, de manera sustentable⁽²⁰⁾.

Justamente en esta línea, en las Directrices de la Naciones Unidas para la Protección del Consumidor (en su versión ampliada de 1999)⁽²¹⁾ se establece expresamente en su punto 4 la “educación del consumidor, incluida la educación sobre la repercusión ambiental social y económica que tienen las elecciones del consumidor. Igualmente la promoción de modalidades sostenibles de consumo”.

De tal forma, la educación al consumidor contribuye al fortalecimiento de la forma en que los consumidores pueden elegir lo que consumen, asumiendo un estilo de vida que favorezca la preservación de la vida y no perjudique a otros seres humanos, y en donde cada sujeto logre un empoderamiento de los derechos que serán asumidos con responsabilidad ante la sociedad y el ambiente⁽²²⁾.

No por nada autores como Rubén y Gabriel Stiglitz⁽²³⁾ califican este derecho como primario fundamental o, como señala Lorenzetti⁽²⁴⁾, como sustancial.

II.a) El Derecho a la Educación de la persona consumidora: un apropiado marco normativo.

La cuestión no ha pasado desapercibida por nuestros legisladores, y podemos encontrar varias y relevantes normas vinculadas con la temática.

Es así como podemos aseverar que el derecho a una educación para el consumo es un derecho humano con rango constitucional: el art. 42 de la Carta Magna determina, en su segundo párrafo, que las autoridades deben proveer a la educación para el consumo. Asimismo, en línea con lo reseñado precedentemente (en la vinculación entre tutela al ambiente y consumo), el art. 41 de la CN en su segundo párrafo también impone a las autoridades proveer a la educación ambiental.

Se ha debatido si nos encontramos ante un derecho subjetivo exigible directamente o ante la enunciación de una política programática que demanda su implementación por parte del Estado, primando la segunda opinión conforme la hermenéutica del texto⁽²⁵⁾.

Más allá del debate resulta innegable que nos encontramos ante un derecho subjetivo del consumidor, cuyo sujeto pasivo directo no es el proveedor sino el Estado, garante de la efectiva satisfacción de los intereses del con-

(9) Justamente, varios autores, entre los que nos alineamos, consideran que el Derecho del Consumo queda comprendido y/o amparado en el marco de los Derechos Humanos (MARTÍNEZ, Ma. Laura y QUAGLIA, Marcelo C.; “La protección al consumidor desde la óptica de los derechos humanos: en busca de una tutela judicial efectiva”, Dossier “Derechos humanos en acción; su concreción en la tarea judicial”, Revista del Colegio de Magistrados y Funcionarios del Poder Judicial de la Provincia de Santa Fe, Año 8 Nro. 8, p. 265 (<https://www.magistrados-santafe.org.ar/revistas/>).

(10) Entre otros CSJN, 22/12/2020 “Vela, Marcia Andrea y otros c/ Gas Natural Ban S.A.”.

(11) MITSUO TIUJO, Edson; “O direito fundamental a educação formal para o consumo como meio de concretização do direito a liberdade de escolha do consumidor e igualdade nas contratações e implementação do direito coletivo e social de proteção ao meio ambiente”, Revista Pedagógica Universitaria y Didáctica del Derecho. Volumen 5 Nro. 1 (2018), p. 35/58 (<https://pedagogiaderecho.uchile.cl/index.php/RPUD/article/view/50406/52978>).

(12) MITSUO TIUJO, Edson; cit. p. 35/58.

(13) CIURO CALDANI, Miguel Angel; “Derecho de la educación”, Publicado en: LA LEY 28/06/2018, 1 • LA LEY 2018-C, 1101 y “Notas para una teoría tridimensional de la educación”, Revista de Filosofía Jurídica y Social, nro. 36, ps. 169-224, Centro de Investigaciones de Filosofía Jurídica y Social, <http://www.centrodefilosofia.org/RevFil/RevFil36/Refijuso369.pdf>.

(14) Destaca GARZINO que la noción de consumidor y su especial protección se fundamentan en la vulnerabilidad o debilidad estructural de éste frente al proveedor en el mercado, lo que impuso la necesidad de equilibrar a las partes mediante normas y principios positivos (GARZINO, M. Constanza; “La protección del consumidor hipervulnerable a través del “diálogo de fuentes” y la necesidad de una previsión equilibrada”, ponencia presentada en el marco del XVII Congreso Argentino de Derecho del Consumidor (www.derechouns.com.ar/wp-content/uploads/2018/05/01-Garzino-Consumidores.hipervulnerables.pdf)).

Hoy así lo determina la Res. 36/2019 Mercosur (art. 1), ratificada en nuestro derecho interno por la Res. 310/2020 SCI.

(15) TESTA, Martín; “La educación e información para el consumo en Argentina. Una mirada digna, equitativa y saludable sobre el paciente, en su rol de consumidor”, <http://www.derecho.uba.ar/investigacion/investigadores/publicaciones/testa-la-educacion-e-informacion-para-el-consumo-en-argentina.pdf>.

(16) La necesidad de protección preventiva a través de la educación se evidencia por los diversos factores sociales, políticos y económicos que afectan al consumidor diariamente: prácticas comerciales cada vez más elaboradas, ayuda de las redes sociales, partición efectiva y directa de niños, niñas y adolescentes en la adquisición de productos y servicios, políticas económicas para fomentar el consumo y política educativa ineficiente, sin procurar el desarrollo de un poder de reflexión y juicio crítico (MITSUO TIUJO, Edson; cit., p. 35/58).

(17) TESTA, Martín; cit. <http://www.derecho.uba.ar/investigacion/investigadores/publicaciones/testa-la-educacion-e-informacion-para-el-consumo-en-argentina.pdf>.

(18) RUSCONI, Dante; “Manual de derecho del consumidor”, p. 526.

(19) Anexo, Resolución 124/1996, Grupo Mercado Común, MERCOSUR.

(20) TESTA, Martín; cit. <http://www.derecho.uba.ar/investigacion/investigadores/publicaciones/testa-la-educacion-e-informacion-para-el-consumo-en-argentina.pdf>.

(21) Art. II.3, Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor (versión ampliada de 1999).

(22) FUENTES, Nora Constanza; SÁNCHEZ, José Leonardo y PÉREZ, Andrés M.; “Aportes de la psicología al consumerismo: educación y defensa de los consumidores”, Rev. Persona, Núm. 19, pp. 201 y ss, 2016, Universidad de Lima, <https://www.redalyc.org/journal/1471/147149810012/html/>.

(23) STIGLITZ, Rubén S. y STIGLITZ, Gabriel A., “Contratos por adhesión, cláusulas abusivas y protección al consumidor”, La Ley, Buenos Aires, 2012, p. 47.

(24) LORENZETTI, Ricardo L., “Consumidores”, 2ª edición, Rubinzal-Culzoni, Santa Fe, 2009, p. 143.

(25) Para ampliar se sugiere consultar SAHIÁN, José H.; “Dimensión Constitucional de la Tutela a los Consumidores”; 1er. ed., Bs. As., La Ley, 2017, p. 212.

sumidor⁽²⁶⁾. El Estado es quien debe desarrollar la educación para el consumo.

En consecuencia, como señala TESTA “los Estados son los principales responsables de llevar adelante la educación al consumidor, como política de Estado, en miras de un consumidor informado, consciente y responsable”⁽²⁷⁾.

Siguiendo esta línea (ya que la mayoría de las normas responden a la reforma de 2008 por la ley 26.361), la ley 24.240 en su Título III dedica todo un Capítulo (el XVI) a la educación al consumidor. Se demanda allí, al Estado Nacional, a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a las Provincias y a los Municipios, la formación de planes generales de educación, así como su difusión pública, arbitrando las medidas necesarias para incluir dentro de los planes oficiales de educación inicial, primaria, media, terciaria y universitaria los preceptos y alcances de dicha ley (art. 60).

Asimismo, y en línea con la importancia de la educación en materia de prevención de la responsabilidad, el art. 61 plantea que la formación debe, entre otros aspectos, orientar a prevenir el riesgo que puedan derivarse del consumo de productos o de la utilización de los servicios, para lo cual propone (de manera enunciativa) una serie de importantes contenidos a desarrollar (sanidad, nutrición, rotulado, tutela del ambiente, etc.).

Junto a estas disposiciones se establece, entre los fines de las Asociaciones de Defensa del Consumidor, promover la educación (art. 56 inc. h) y se admite que el Estado otorgue contribuciones financieras a tal fin (art. 62). Asimismo, el art. 47, que exige que el 50% de las multas o penalidades se asignen a un fondo para promover la educación del consumidor.

Finalmente, no puede dejar de reseñarse la existencia de normativa local en varias provincias donde, en líneas generales, se reiteran los principios y directrices enunciados, procurando su adaptación a sus realidades territoriales.

Evidentemente contamos con un razonable y apropiado régimen normativo en la materia, sin perjuicio de la existencia de textos de gran jerarquía proyectados que procuran incrementar y mejorar la tutela ya consagrada⁽²⁸⁾.

II.b) El Derecho a la Educación de la persona consumidora: pasar de la potencia al acto

Si bien la educación del consumidor se insinúa como una preocupación incesante⁽²⁹⁾, no se evidencia la existen-

(26) STIGLITZ, Gabriel A.; “Derechos de los consumidores. Reconocimiento internacional. Incidencia de los Tratados”, en “Tratado de Derechos del Consumidor. Tomo 1”, dirigido por Stiglitz y Hernández, Bs. As., La Ley, 2015, p. 356 y ss.

(27) TESTA, Martín; cit. <http://www.derecho.uba.ar/investigacion/investigadores/publicaciones/testa-la-educacion-e-informacion-para-el-consumo-en-argentina.pdf>.

(28) Como ya reseñáramos, a nivel nacional pueden destacarse tres proyectos de ley tendientes a sancionar un Código de Defensa de los Consumidores. En todos ellos se plantea la educación del consumidor como un tema central, determinando en algunos casos planes de acción más concretos (tema sobre el que volveremos), así como directrices o temáticas más genéricas a abordar.

Dos de estos proyectos se basan en el Anteproyecto elaborado por la Comisión Reformadora creada por la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor del Ministerio de la Producción y Trabajo de la Nación, en articulación con el Ministerio de Justicia y Derechos Humanos de la Nación, en el marco del Programa “Justicia 2020”, y que integraron los Dres. Gabriel Stiglitz, Fernando Blanco Muiño, María Eugenia D’Archivio, Carlos A. Hernández, María Belén Japaze, Leonardo Lepiscopo, Federico Ossola, Sebastián Picasso, Gonzalo Sozzo, Carlos Tambussi, Roberto Vázquez Ferreyra y Javier Wajtraub. Para profundizar la cuestión puede consultarse, HERNANDEZ, Carlos A.; JAPAZE, Ma. Belén; OSSOLA, Federico A.; SOZZO, Gonzalo; STIGLITZ, Gabriel A.; “Hacia el Código de Defensa del Consumidor”, Publicado en: LA LEY 15/03/2021, 1, así como el Sup. Especial Comentarlos al Anteproyecto de LDC del 27/03/2019, 111, Cita Online: AR/DOC/596/2019.

El tercer proyecto ha sido dirigido por el Dr. Rusconi, y puede consultarse en este link: <https://camaron.org.ar/nuevas-normas/derecho-del-consumidor/proyecto-de-codigo-de-proteccion-de-las-y-los-consumidores-y-usuarios-de-la-nacion/>.

Similar situación se evidencia en nuestra provincia (Santa Fe), donde se ha elaborado Anteproyecto de Código Provincial de Implementación de los Derechos de las Consumidoras y los Consumidores que regula y se ocupa de la cuestión [el mismo puede consultarse en la Revista de Derecho del Consumidor Número 12 del mes de Mayo 2022, Cita: UJ-MMCMLXVI-716, <https://ar.ijeditores.com/pop.php?option=articulo&Hash=3f04bbfba32617776c7e51270a7cbd10>].

Retomaremos la temática en el punto siguiente.

(29) Basta con remitirnos a la web, donde puede consultarse (entre otros sitios) la Escuela Argentina de Educación en Consumo (<https://www.argentina.gob.ar/produccion/defensadelconsumidor/escuela-argentina-de-educacion-en-consumo>), que comenzó sus tareas en el 2018 (<https://www.argentina.gob.ar/noticias/defensa-del-consumi->

cia de un organigrama o estructura orgánica de trabajo en tal sentido⁽³⁰⁾. Ya en el 2018, en el marco del XIX Congreso Argentino de Derecho de Consumidor desarrollado en San Juan, se planteó la necesidad de la implementación, seguimiento y evaluación de políticas públicas vinculadas con la educación al consumidor.

A tal fin nos parece adecuado adoptar algunas de las propuestas contenidas en los proyectos normativos ya citados⁽³¹⁾, propuestas que bien pueden implementarse sin necesidad de una modificación normativa y conforme el régimen legal analizado en el punto anterior.

Como señala Lorenzetti, “la introducción de la educación al consumidor en las enseñanzas primaria y secundaria no implica necesariamente la creación de disciplinas nuevas, sino que puede ser considerada dentro del marco de las ya existentes tratadas de forma pluri o interdisciplinar contemplando las afinidades de consumo donde las hubiera”⁽³²⁾. De tal forma los contenidos mínimos que se definan podrán incorporarse en forma autónoma o transversalmente en los planes de estudio.

De esta forma, y como inmediato plan de acción (no excluyente de otras opciones y proyectos), en un contexto de política pública de promoción de la educación a los consumidores sobre las consecuencias ambientales, sociales y económicas que tienen sus elecciones, las autoridades de aplicación (nacionales, provinciales y municipales) podrán diseñar en forma coordinada con el Ministerio de Educación programas de educación dirigidos a la persona consumidora y la correspondiente incorporación de contenidos en los diseños curriculares en, por lo menos, los niveles primario y secundario.

En dicha iniciativa deberán plantearse como objetivos generales (entre otros): a) inculcar en el consumidor el poder de reflexión y juicio crítico, especialmente frente a las políticas económicas para fomentar el consumo y las prácticas comerciales; b) proteger a los consumidores en situaciones de especial vulnerabilidad (considerando sus necesidades de capacitación); c) promover la sostenibilidad y el consumo consciente, con miras a proteger el ambiente; d) inculcar en el espíritu de cada consumidor una nueva mentalidad, más exigente y aguda, especialmente en lo que respecta a la postulación de sus derechos, haciéndolos ciudadanos más fuertes y conscientes de sus derechos⁽³³⁾ y; e) difundir los recursos jurídicos con que cuenta ante la violación de sus derechos.

También será necesario determinar contenidos mínimos (entre los que puede enunciarse salud, nutrición, etiquetado de productos, mecanismos para la solución de controversias, protección al ambiente, comercio electrónico, servicios financieros, etc.), lo que deberán revisarse y actualizarse periódicamente, especialmente considerando que la educación de la persona consumidora es un proceso continuo y permanente, sometido a constante actualización⁽³⁴⁾.

Naturalmente este proceso requerirá la necesidad de capacitar a los educadores en el campo de las relaciones de consumo (probablemente por la Autoridad de Aplicación) para diseñar y ejecutar los programas que se definen.

Y, si bien el sujeto pasivo directo de esta obligación es el Estado, podrá procurarse la colaboración de los proveedores (interesados en la cuestión para lograr un adecuado funcionamiento del mercado y quizás el otorgamiento de eventuales incentivos) y de las Asociaciones de Consumidores (probablemente brindado el Estado algún subsidio a tales fines).

dor-presento-la-escuela-argentina-de-educacion-en-consumo); el Centro de Orientación y Educación al Consumidor (<https://codec.org.ar/>); el Centro de Educación al Consumidor (<https://www.asociacioncec.ar/>); etc., donde se ofrecen numerosos cursos gratuitos a los consumidores y a organismos de defensa a los consumidores.

(30) Puede citarse como ejemplo la ley 26.205, norma que declara al día 15 de marzo de cada año como el “Día Nacional de los Derechos de Consumidores y Usuarios”, en correspondencia con el Día Mundial de los Derechos del Consumidor (art. 1º). La disposición exige que se incorpore ese día al calendario escolar con el objeto de difundir y promover el ejercicio de los derechos de consumidores (art. 2º) e invita a Estados Provinciales y a la CABA a adherir a dicha conmemoración (art. 3º). La propuesta educativa ha tenido poco éxito.

(31) Ver nota al pie Nro. 28.

(32) LORENZETTI, Ricardo L., “Consumidores”, 2ª edición, cit., p. 632.

(33) MITSUO TIUJO, Edson; cit., p. 35/58.

(34) Actualmente entendemos ineludible (más allá de otros temas relevantes) abordar la cuestión del sobreendeudamiento y la tutela del consumidor en entornos digitales.

Finalmente, implementado el programa que consensuen las autoridades pertinentes, será necesario su constante seguimiento y actualización, considerando especialmente las diversas realidades que el mercado (nacional y local) y ponderando los numerosos hechos sociales, políticos y económicos que diariamente afectan las relaciones de consumo.

III. Breves consideraciones finales

No queda sino recordar las palabras de ALTERINI: educar al consumidor es muy peligroso; cuando la gente conoce sus derechos, los reclama, los exige⁽³⁵⁾.

Es por ello que la mejor manera de implementar y efectivizar la tutela de la persona consumidora será capacitándola para que ejerza plena y formalmente sus derechos.

Es así como la vinculación o relacionamiento entre estos derechos fundamentales, como lo son la educación y la defensa del consumidor, se presenta como ineludible y permite la tutela de otros bienes jurídicos como la salud, la libertad de elección, la igualdad en la contratación y la

efectiva protección a la persona⁽³⁶⁾. Permite la implementación de este especial régimen de protección.

Claramente lo han sintetizado Rubén y Gabriel STIGLITZ al destacar que, antes que un mecanismo de implementación de los derechos consagrados, la educación para el consumo supone el reconocimiento de un derecho fundamental de los consumidores, sin cuya vigencia todos los demás serían ilusorios... un derecho básico, que constituye un fin en sí mismo. De esta forma se procura garantizar "de modo previo y global, la real y concreta implementación de los derechos reconocidos por la ley"⁽³⁷⁾.

Tal es el desafío que hoy les planteamos...

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 - EDUCACIÓN

(36) MITSUO TIUJO, Edson; cit., p. 35/58.

(37) STIGLITZ, Gabriel A. y STIGLITZ, Rubén S., "Derechos y Defensa del Consumidor", Ed. La Rocca, 1994, Bs. As., p. 355.

(35) ALTERINI, Atilio A.; "Cómo desbaratar...", cit., p. 783.