

ASPECTOS GENERALES DE LA LEY NUMERO 17.250 DE RELACIONES DE CONSUMO

por

Teresita Mercader Pizzorno

1. EL DERECHO DE LA CONSUMICIÓN EN EL URUGUAY

El 20 de setiembre de 1999 el Poder Ejecutivo de nuestro país promulgó una ley, la 17.189, por la que se establecían normas destinadas a regular las relaciones de consumo, la que fue publicada en el Diario Oficial del 30 de setiembre de 1999.

Su último art., el 52, establecía que comenzaría a regir a los nueve meses contados desde su publicación. Por tanto, la fecha de entrada en vigencia fue el 1o. de julio del presente año.

Sin embargo, un error acaecido en el proceso de elaboración determinó que, en forma prácticamente inmediata a su entrada en vigor, se procediera a elaborar un proyecto de ley para derogarla y sustituirla por otra, que fue promulgada el 11 de agosto de 2000 con el número 17.250 y fue reglamentada por decreto 244/2000 del 23 de agosto del mismo año.

El texto de la nueva ley es prácticamente igual al de la anterior, excepto, claro está, el artículo 33 que es el que había sido aprobado en el trámite de sanción en una y otra Cámara con distinto texto.

También en la segunda ley se sustituyó el artículo 52 antes citado, a fin de que no comenzara a regir nuevamente otro extenso período de vacación legal de nueve meses que no tiene ya justificación, dado que, por una parte, el proceso de discusión y formación de la ley que ahora se deroga fue bastante prolongado como para que exista, en la actualidad, conciencia acerca de los cambios que ella ha de operar en la contratación y podemos afirmar que también se ha formado conciencia de su pronta vigencia en los actores por ella involucrados: proveedores y consumidores.

Lo lamentable es que en lugar de derogarse la primera ley con efecto retroactivo, fundado en la inconstitucionalidad formal en que se incurrió al elaborarla, se procedió, equivocadamente a declarar la inexistencia de la ley 17189.

2. FORMACIÓN Y TRATAMIENTO DEL CONCEPTO JURÍDICO DE RELACIÓN DE CONSUMO

Tradicionalmente en el derecho moderno, a partir de fines del siglo XVIII con la Revolución Francesa se desarrolla un concepto individualista del hombre que proyectado en sus actividades personales se caracteriza por sus facultades de autodeterminación, sin ser absorbido por el grupo, en sus relaciones económicas y jurídicas en las que predomina el concepto de contrato y la voluntad individual que desde el punto de vista jurídico da lugar a la consagración y desarrollo del principio de la autonomía de la voluntad.

Este concepto individualista del hombre, que parte de la Revolución Francesa, no es sino el corolario de considerar a todos los hombres libres e iguales.

En la evolución del Derecho Privado la idea de contrato se transformó dando paso a la elaboración de una figura más amplia que es el concepto de NEGOCIO JURÍDICO, dentro de cuya noción el contrato aparece como una de sus especies, caracterizada por la referida libertad contractual, es decir del imperio de la autonomía de la voluntad, ahora sustituido por la imposición de fórmulas contractuales ESTANDARIZADAS que minimizan y en algunos casos se puede decir que hasta suprimen la estructura bilateral.

En el correr del siglo XX fue posible observar una declinación del concepto de LIBERTAD CONTRACTUAL, que permitió suponer a numerosos autores que se estaba produciendo una reversión del principio de libertad e igualdad de los contrayentes. Se impone entonces un régimen estatutario o muy similar al "STATUS" que contraría la vieja ley de Sumner Maine en el sentido que el movimiento progresista en las sociedades se desarrollaba del contrato al estatuto.

Esto por supuesto no significa en modo alguno negar la existencia actual del contrato de tipo individual, caracterizado por la singularidad de su contenido sin perjuicio de un desarrollo cada vez más creciente de situaciones que por ser comunes a grupos de personas con intereses económicos y jurídicos más o menos afines han pasado a ser tutelados por el derecho a través del denominado, es sólo un ejemplo, "DERECHO DEL CONSUMIDOR".

En este aspecto el derecho del consumidor es sólo un ejemplo de la defensa jurídica de los intereses difusos, siendo otra manifestación de esta defensa los relacionados con la defensa de la ecología y el medio ambiente y de los valores espirituales y morales.

Con respecto a la protección del consumidor se ha dicho que tiene como finalidad el resguardo y seguridad en los alimentos y medicamentos y de todo aquello que puede, en general, ser nocivo para la salud humana y la preservación de la correcta prestación de los servicios relacionados con tales aspectos. Para ello se tutela la confianza pública, se regulan la publicidad y buena fe comercial y se controlan los sistemas de financiación con relación a la venta de bienes y servicios. Y, para efectivizar la aplicación de todo este sistema se declara el carácter de orden público de todas estas normas, y se prevé un sistema de indemnizaciones y sanciones para de violación de los citados principios.

A vía de ejemplo: un cliente (consumidor) envía su videocámara a reparar; se le entrega el comprobante respectivo que contiene, junto con otras cláusulas, una que exonera de responsabilidad al estipulante (la empresa) de eventuales daños a la videocámara.

Sin embargo, nada se le advierte a este respecto; cuando luego de unos días el cliente retira su videocámara observa que, como consecuencia de las operaciones de reparación de la máquina, ha sido perjudicado pues la misma se ha vuelto inservible.

Sus reclamaciones chocan con la intransigencia del estipulante quien se abroqueló en la cláusula de exoneración de responsabilidad

Si el cliente hubiera tomado conciencia del alcance de dicha cláusula, tal vez hubiera ido a otro negocio, aunque probablemente se hubiera encontrado con igual cláusula.

Consulta con otras personas y le comentan que lo único que puede hacer es recurrir a la vía judicial; y aquí continúan los problemas, pues además de la contingencia incierta del resultado de dicho juicio, debe proceder a estimar los gastos y honorarios que él mismo le devengará.

Además debemos tener en cuenta que la citada videocámara podía ser un elemento de trabajo para dicho consumidor, con lo cual aumentan considerablemente los perjuicios.

Se advierte a través de éste ejemplo que la razón principal de la protección al consumidor se encuentra entre otras razones en el uso generalizado de las llamadas cláusulas PRE-DISPUESTAS, o sea cláusulas negociales generales que tienden a salvaguardar la posición no siempre transparente de una de las partes que es la que las impone (proveedores, comerciantes, fabricantes, etc.).

Esas cláusulas, reducen la participación del co-contratante a la mera posibilidad ya sea de aceptar el contrato tal como se le ofrece o no contratar, es decir que el consumidor se enfrenta a un contrato de adhesión.

Frente a esa circunstancia, es decir, la existencia de una cláusula generalmente escrita con letra chica en el contrato, se consume una injusticia derivada de la ausencia de varios elementos cuya presencia hubiera evitado la consumación de tamaña arbitrariedad.

Así podemos señalar la falta de publicidad adecuada respecto del contenido del contrato, la falta de un contralor efectivo con respecto a la propaganda del producto- bien o servicio- ofrecido, e incluso la inseguridad o, a veces, la imposibilidad económica de recurrir a un juicio cuyo resultado, para agravar la situación es totalmente incierto.

Esta situación favorece al empresario o proveedor a quien frente a la pasividad casi obligada del consumidor, se le permite ejercer sin cortapisa su actividad.

Particularmente las dificultades que encuentra el consumidor para acceder a la justicia son de tal entidad que si las leyes no suministran medios efectivos para el ejercicio de los derechos por parte de aquellos, se estaría negando lo que algún autor consideró el más importante de los derechos humanos dentro de un sistema legal moderno e igualitario.

No obstante, la excesiva protección al consumidor puede también traer aparejada la realización de abusos por parte de ellos. Por ello es necesario que se observe al dictar las disposiciones legales en la materia, el equilibrio y mesura necesarios a los efectos de evitar excesos de parte de los consumidores; no por ello la legislación ha de perder su carácter tuitivo con relación a estos últimos.

La evolución jurídica apareja el surgimiento de una parte especial y novísima, multidisciplinaria que es el derecho de la consumición.

En tal sentido se ha enfocado este derecho desde dos perspectivas diferentes: por la primera se tutela al consumidor considerándolo la parte más débil y esto ocurre tanto desde la óptica del derecho civil como del comercial. Esta perspectiva quiebra la unidad del sistema del derecho privado por afectar algunos de sus principios básicos, como ocurre con el principio de la autonomía de la voluntad.

La segunda lo enfoca desde el punto de vista funcional, no como categoría independiente sino por el contrario teniendo en cuenta el fin: brindar protección a los consumidores sin constituir un sistema independiente.

A fines de la década del 70, se puede señalar la existencia de algunas leyes como la francesa, de enero de 1978, que alude a contratos concluidos entre profesionales y no profesionales y consumidores. Igualmente un cuerpo legal vigente en Inglaterra en el que se menciona a los consumidores. En ambos textos se procura establecer cierta protección a los mismos, referenciándose las cláusulas impuestas a los no profesionales o consumidores como un abuso del poder económico de la otra parte.

Antes, aún una ley israelí de 1964 identifica como partes opuestas a quien suministra el bien o servicio por un lado y a los clientes indefinidos en su número o identidad, por otro.

Esto nos lleva a analizar el punto en el derecho comparado.

3. LAS RELACIONES DE CONSUMO EN EL DERECHO COMPARADO

Nuestro país es el último de los cuatro integrantes del Mercosur que aprobó una ley que reglamenta específicamente y con carácter general esta materia de las relaciones de consumo.

Brasil, en cumplimiento de lo previsto en su nueva constitución aprobó el 11 de septiembre de 1990 el "Código de Defensa del Consumidor" que entró a regir seis meses después.

En Argentina se habían sancionado una serie de leyes de aproximación a la materia, siendo de ellas la más importante la ley de lealtad comercial No. 22802 de mayo de 1983.

Esa ley, que derogó otras anteriores, se inscribe en la necesidad de enfrentar los abusos y dificultades que se cometen a menudo en la producción y comercialización de productos y servicios lo que causa verdaderos perjuicios al consumidor por la alteración de las condiciones de calidad, pureza, cantidad, etc. de lo que adquiere.

Pero, específicamente, la protección de los derechos del consumidor en Argentina se reglamenta a través de una ley del año 1993 modificada parcialmente por otra ley, la 24.999 del año 1998, las que han sido reglamentadas por diversos decretos, dictándose, además, numerosas resoluciones en la materia.

Por último, Paraguay sancionó la ley 1.334 en el año 1998, la que fue reglamentada en el año siguiente.

En el ámbito del derecho comparado nos encontramos con países que han dictado normas de rango constitucional para defender al consumidor.

Así, países desarrollados como Italia y España y otros países también más desarrollados que el nuestro, incluyen en sus Constituciones normas tendientes a consagrar el principio de salvaguarda de derechos fundamentales que indirectamente protegen al consumidor o, lisa y llanamente, establecieron normas y principios para defender directamente al consumidor, como ocurre con la Constitución de Brasil.

Ejemplo del primer tipo es la Constitución italiana, que en su art. 41 consagra el principio de la libertad para la iniciativa económica privada pero la limita, estableciendo que ella no puede desarrollarse en contraste con la utilidad social o de manera de producir daño a la seguridad, a la libertad o a la dignidad humana y delega en la ley la sanción de programas y controles para que la actividad económica pública y privada pueda ser dirigida y coordinada a lograr fines sociales.

Por su parte, la constitución española sancionada el 27 de diciembre de 1978 dice, en su art. 50, que los poderes públicos garantizarán la defensa de los consumidores y usuarios, a cuyo efecto establece que han de adoptarse medidas eficaces que protejan la seguridad, la salud y los legítimos intereses económicos de consumidores y usuarios, así como también encomienda a aquéllos la información y educación de los consumidores y el fomento de las organizaciones, a las que oírán en todos los casos que puedan afectarlos, en los términos que la ley establezca.

El derecho español consagra, directamente, la protección del consumidor al que concibe como un contratante débil, de ahí que sus disposiciones impongan un verdadero freno a la autonomía privada abusiva y desmedida.

También la Constitución portuguesa de 1976 contiene normas destinadas a proteger al consumidor por medio del fomento para la creación de cooperativas y asociaciones de consumidores.

En el concierto internacional, debemos mencionar la resolución de la Asamblea de las Naciones Unidas 39/248 de abril de 1985 que establece las que denomina "Directrices para la protección del consumidor", y, más recientemente la Directiva de la Comunidad Europea 93/12 del 5 de abril de 1993.

4. FUNDAMENTO

Se señala como razón de este derecho a la consumición la necesidad de no dejar librado al consumidor a la protección de su sola educación frente a un grupo de empresarios predominantes, lo que necesariamente ha de concluir en el sometimiento y la presión negocial del desprotegido.

Piénsese en que frente al grupo empresarial organizado se encuentra una masa amorfa no organizada de consumidores.

Ya el 15 de marzo de 1962 el Presidente de los Estados Unidos de América John Fitzgerald Kennedy en un célebre mensaje especial al Congreso de su país, sobre la protección de los intereses del consumidor, ponía de manifiesto que los consumidores representaban al grupo económico más importante y menos escuchado.

Dicho mensaje constituyó el antecedente inmediato del movimiento legislativo y constitucional contemporáneo antes parcialmente relacionado.

Kennedy señalaba como derechos del consumidor: el derecho a la seguridad, que imponía proteger contra la venta de bienes peligrosos para la salud o la vida; el derecho a ser informado, que protegiera al consumidor contra la información marcadamente engañosa; el derecho a elegir, creando y facilitando el acceso a variedad de productos y servicios a precios competitivos; el derecho a ser oído, lo que implica asegurar que los intereses del consumidor recibirán consideración completa y comprensiva en la formulación de la política gubernamental y tratamiento justo y rápido en sus tribunales.

Los medios señalados por el presidente Kennedy para lograr esos objetivos consistían en fortalecer los programas de gobierno existentes, mejorar la organización gubernamental y en ciertas áreas sancionar nueva legislación.

A partir de esta declaración en los Estados Unidos comienzan a agruparse los consumidores y hasta se llegó a considerar que la causa de la protección al consumidor en sentido estricto estaba unida a la causa del consumidor como ciudadano.

No obstante, prevenía que el derecho de la consumición no se debía constituir en el Hipermercado del Derecho, donde los especialistas en la defensa de los consumidores se muestran como acaparadores.

Como conclusión puede decirse que si bien el hombre ha sido siempre consumidor, sólo recientemente frente al desarrollo del consumismo y la formación de la sociedad de consumo, caracterizada por el hecho de que la producción de bienes y servicios supera las necesidades de los consumidores, es que se ha encarado sistemáticamente el tratamiento del tema.

Hemos asistido así al surgimiento de un nuevo campo jurídico que es el derecho de protección a las relaciones de consumo.

Este derecho de las relaciones de consumo podemos definirlo como el conjunto de reglas que tiene por objeto proteger a los consumidores (o a los actos de consumición).

A su vez se entiende por acto de consumición el negocio jurídico que permite obtener un bien o un servicio con miras a satisfacer una necesidad propia o ajena.

Finalmente se llama consumidor a quien realiza el acto de consumición.

En el mensaje Kennedy, en su sentido más amplio, manifestaba que el término consumidores, por definición, nos incluye a todos.

Por otros se ha definido al consumidor como la persona a quien se proveen bienes o servicios para uso privado.

Y por otra parte se ha señalado que los actos de consumición no se limitan a los bienes consumibles en sentido estricto, sino que se comprenden también los bienes duraderos y las prestaciones de servicios materiales o intelectuales, desde la compra de un boleto de transporte pasando por la asistencia a un odontólogo, pidiendo el dinero prestado para pagarlo, hasta contratar un seguro de vida.

Como conclusión del examen de las diferentes legislaciones, se desprende que el derecho de protección del consumidor reconoce un triple fin:

- 1) un fin reparatorio, contra las deformaciones que el medio empresarial hace sufrir a la libertad contractual y, por ende, al principio de la autonomía de la voluntad.
- 2) un fin preventivo, que trata de evitar las prácticas lesivas en la contratación, fundamentalmente aquellas que consisten en la imposición de cláusulas abusivas en contratos que resultan de adhesión, y, también, en el contralor de la publicidad abusiva.
- 3) un fin educativo, haciendo conocer a la masa de consumidores las inconvenientes derivaciones del consumismo desenfrenado y los peligros del crédito excesivo.

5. LA LEGISLACIÓN URUGUAYA ANTERIOR A LA LEY

En Uruguay la aprobación de la ley fue, como se dijo, largamente esperada y requerida, llenó un vacío legal que ya había sido colmado en la mayor parte de los países de nuestra civilización occidental por la aprobación de leyes con una orientación más o menos similar a la que siguió nuestro legislador.

Sin embargo, ello no significa que en el Uruguay no existieran con anterioridad a su sanción otras leyes que en forma fragmentaria protegían de alguna manera los derechos de los consumidores, sin que se explicitara concretamente en ellas esa finalidad.

De esas leyes anteriores mencionaremos, fundamentalmente, por ser la más conocida por todos, la ley de 1947 que creó el Consejo Nacional de Subsistencias y Contralor de Precios que tenía, entre otras finalidades, la de oficiar como ente testigo en materia de precios de los artículos de primera necesidad.

También se pueden mencionar otras leyes, como las relativas al contralor de pesas y medidas, las de marcas de fábrica; y, más recientemente la ley que ordena el etiquetado de determinados productos, determinando que su falta, así como la falta de correspondencia entre lo expresado en la etiqueta y el contenido del envase, se considere todo ello publicidad engañosa. Sobre este concepto vuelve la ley de relaciones de consumo.

De cualquier manera esas y otras muchas disposiciones legales y reglamentarias, como las disposiciones en materia bromatológica, de protección a la salud y al trabajador. etc., no alcanzan a conformar un derecho del consumidor o de las relaciones de consumo.

No obstante, son el precedente legislativo de una orientación que había de afirmarse y desarrollarse al imponerse, en la mayor parte de los países, la llamada "sociedad de consumo", fundada en una política económica abusiva por excitar e incitar al gasto y fomentar y multiplicar el consumismo.

A la vez que, de parte de los proveedores, se asiste a la formación de grandes empresas que destruyen o vuelven ilusoria, por lo menos en gran parte, la tan proclamada igualdad de los contratantes que no existe, en la generalidad de los casos, desde el punto de vista económico y que afecta también, en muchos casos hasta desaparecer, la igualdad jurídica.

Quizás, no existía siquiera conciencia clara de que todos esos cambios ocurridos en la sociedad estaban contribuyendo a formar, no una nueva rama del derecho (aunque hay quienes así lo sostienen), sino una nueva orientación, una nueva dirección, en la interpretación y aplicación de normas y principios jurídicos con el fin de proteger a la parte contratante que se fue definiendo o perfilando como la más débil en la contratación de los tiempos actuales.

Esto dio lugar, con el tiempo, al nacimiento de leyes que importan una nueva perspectiva de la aplicación del derecho para que, tanto en el derecho privado (civil y comercial) como en el público (procesal, administrativo), se vigorizara la vigencia de viejos principios, muchos de ellos ya contenidos en el Código Civil, cuyo empleo en la contratación iba siendo relegado por el uso cada vez más frecuente de las llamadas cláusulas predispuestas, de manera de brindar al adquirente de bienes y servicios nuevas posibilidades de defender sus intereses, dando origen así a un derecho que encara la realidad social desde el punto de vista de esa masa amorfa pero muy numerosa, integrada por las personas físicas o jurídicas que se denominan consumidores.

Y, sin duda, que el estudio del derecho de protección al consumidor se perfila hoy como una nueva especialización jurídica.

6. LA LEY URUGUAYA DE LAS RELACIONES DE CONSUMO

La ley 17250 tiene por finalidad principal tutelar la relación entre el consumidor y el proveedor.

De los caracteres y elementos más importantes que se aprecian en nuestra ley, el primero que se señala es que se trata de una ley multidisciplinaria, o, como muchos pretenden, de una nueva rama del derecho.

6.1. Ley multidisciplinaria

Se encuentran en ella disposiciones que integran el Derecho Civil, otras que son propias del Derecho Comercial, del Administrativo, del Procesal, del Penal etc., pero ello no implica, a nuestro entender, la conformación de una nueva rama del derecho. Simplemente se refuerza la aplicación de una serie de principios e institutos del derecho común, orientándolos a favor de la protección del consumidor como forma de resolver el desequilibrio que se iba produciendo respecto a la posición de las partes en las relaciones jurídicas modernas, lo que provocaba una preponderancia o predominio de una de las partes contratantes en desmedro de la otra.

De ese modo se trata de que el derecho contractual y, de una manera más general, que todas las relaciones jurídicas por la cual una parte proporciona a la otra un producto o un servicio, recobren el equilibrio entre los contratantes, es decir, se busca o se trata de restablecer la igualdad de las partes ante la ley.

6.2. Ley de orden público

El segundo carácter surge del art. 1o. de la ley. Es el carácter de orden público.

El art. 1° citado establece: "La presente ley es de orden público y tiene por objeto regular las relaciones de consumo, incluidas las situaciones contempladas en el inciso segundo del artículo 4° de la presente ley".

De manera que, a pesar de la evolución de nuestra economía hacia un régimen liberal (que significó la liberalización de determinadas zonas del derecho que antes caían bajo el denominado dirigismo estatal que prevaleció con anterioridad a la década de los 80), se vuelve en esta ley a un régimen intervencionista del Estado que regula, con carácter obligatorio e inderogable para las partes, la llamada relación de consumo, la que queda, así sustraída de la disponibilidad de la voluntad privada.

Debe entenderse que la ley rige aun a las relaciones de consumo originadas con anterioridad a la misma pero aun en vías de ejecución.

Igualmente, del art. 3 de la ley surge que regula la relación de consumo en la que intervenga toda persona física o jurídica, nacional o extranjera, como proveedor en una relación de consumo con un consumidor domiciliado en nuestro país.

El concepto de relación de consumo está definido en el art. 4° inciso primero de la ley como "el vínculo que se establece entre proveedor que, a título oneroso, provee un producto o presta un servicio y quien lo adquiere o utiliza como destinatario final".

El inciso segundo del art. 4° incluye también en el régimen de la ley a la "provisión de productos y la prestación de servicios que se efectúan a título gratuito cuando ellas se realizan en función de una eventual relación de consumo". En ese caso se equiparan a las relaciones de consumo y quedan también alcanzadas por el carácter de orden público de la ley.

Por este segundo inciso también se consideran relaciones de consumo las que se traban con motivo de la oferta gratuita de ciertos beneficios que se ofrecen generalmente para aumentar la demanda de productos o servicios que, al ser adquiridos, confieren la posibilidad de obtener algún premio o ganancia.

Debemos preguntarnos por qué la ley es declarada de orden público.

La respuesta la encontramos recordando que con esta declaración el legislador persigue la protección de los derechos del hombre, de sus intereses más importantes que pertenecen o se extienden a todos o a una inmensa mayoría de los integrantes de la comunidad; recordemos en este sentido el ya aludido Mensaje de Kennedy que expresaba que consumidores somos todos.

Por ello esos intereses o esos derechos son regulados a través de normas prohibitivas o imperativas, que no admiten ser sustituidas por convenio de partes, con la finalidad de preservar valores como la justicia, la equidad, la igualdad, la moral, etc., valores que inciden directamente en el comportamiento humano constituyendo, por tanto, un instrumento de estabilidad social de la colectividad a la que se aplican, a la vez que son un medio de asegurar la igualdad jurídica de las partes.

Por su propia naturaleza y contenido las leyes de orden público son de interpretación estricta, no admiten, por consiguiente, aplicación extensiva o analógica y en ese sentido se dice que son leyes taxativas.

6.3. El derecho supletorio

En tercer término es menester tener en cuenta el derecho supletorio que ha de aplicarse en lo que no esté previsto en la ley. El inciso segundo del art. 10 indica cuales son las normas jurídicas a aplicar en las relaciones de consumo en lo que no esté previsto, expresando que en esos casos se aplicará lo dispuesto en el Código Civil.

Aunque la ley no se remitiera al Código Civil igualmente sus disposiciones se aplicarían subsidiariamente dado el carácter de derecho común que se atribuye al Derecho Civil.

Naturalmente que el carácter supletorio que la ley atribuye al Código Civil no permite extender el carácter de normas de orden público a sus disposiciones, que sólo la tendrán por sí mismas. Es decir, que serán de orden público las normas del Código Civil a las que se reconoce o atribuye ese carácter en el propio Código. Las restantes no lo serán.

También hay que tener en cuenta que varias disposiciones de la ley alteran o modifican normas y principios importantes consagrados en el Código Civil, las cuales deberán ser aplicadas, en consecuencia, a las relaciones de consumo, con las modificaciones impuestas por la ley.

6.4. Ámbito de aplicación de la ley

En cuarto lugar, la ley precisa su ámbito de aplicación en función del contenido de la relación jurídica que regula, haciéndola aplicable a las que se denomina relaciones de consumo, cuya definición incluye en el art. 4º, y su extensión, en circunstancias rigidamente definidas, a ciertas situaciones afines (inciso 2º del art. 4º).

La delimitación precisa del ámbito de aplicación de la ley se completa además, con otras definiciones que ella incluye. Así, el art. 2o. define qué se entiende por consumidor, el 3o. define al proveedor y el art. 5o. nos brinda el concepto de producto y de servicio.

De la definición de relación de consumo que contiene el art. 4o. de la ley debe tenerse especialmente en cuenta la limitación que resulta de que las relaciones de consumo vinculen únicamente al proveedor y al consumidor o destinatario final del producto o servicio.

Este carácter de destinatario final se destaca también en la definición de consumidor contenida en el artículo segundo inciso primero de la ley y se reafirma en el inciso segundo de dicho artículo que excluye considerar consumidor a aquél que, sin constituirse en destinatario final, integra el producto o servicio en la cadena de producción, transformación o comercialización.

La definición de proveedor es muy amplia y comprende a todo aquel que de manera profesional interviene de alguna manera en la cadena de producción o comercialización de productos o servicios que integran una relación de consumo.

También se define qué se entiende por producto y servicio, siendo producto, todo bien corporal o incorporeal, mueble o inmueble; y servicio cualquier actividad remunerada prestada en el mercado de consumo, con excepción, únicamente, de las que resultan de las relaciones laborales.

La ley se aplica, como se ve, también a las relaciones de consumo que tienen por objeto un inmueble. P. ej. la venta de una casa o apartamento construidos por una empresa que se dedica a construir para vender.

Estos cinco primeros artículos componen el capítulo I de la ley, cuyo título es "Disposiciones legales y conceptos".

6.5. Derechos básicos del consumidor

El capítulo II se compone de un solo artículo, el art. seis, y se titula "Derechos Básicos del consumidor".

Ya el mensaje del Presidente Kennedy indicaba como derechos del consumidor, el derecho a la seguridad, el derecho a ser informado, el derecho a elegir, el derecho a ser oído tanto en sus reclamaciones frente a la administración como en obtener un tratamiento justo y rápido ante los Tribunales.

Nuestro art. 6o. señala como derechos básicos del consumidor la protección de la vida, la salud y la seguridad contra los riesgos causados por las prácticas en el suministro de productos y servicios peligrosos o nocivos.

En segundo lugar la educación y divulgación sobre el consumo adecuado de productos y servicios, la libertad de elegir y el tratamiento igualitario cuando contrate.

Luego consagra el derecho a una información suficiente, clara y veraz.

En cuarto término se consagra la protección contra: la publicidad engañosa, los métodos desleales y las cláusulas abusivas.

También se consagra el derecho a la asociación en organizaciones que tengan por objeto la defensa del consumidor.

En sexto lugar se refiere a la prevención y resarcimiento de los daños patrimoniales y extrapatrimoniales.

Y por último, proclama el acceso a organismos judiciales y administrativos para la prevención y resarcimiento de daños.

Todos los derechos mencionados en el Mensaje Kennedy son recogidos en nuestra ley, la que agrega otros que en las cuatro décadas de aquel mensaje, se ha determinado la necesidad de protegerlos.

También, más allá de la enunciación de derechos que efectúa el artículo 6o., otras disposiciones de la ley mencionan y reglamentan la existencia de otros derechos, muchos de los cuales resultan de la limitación de derechos o facultades que la ley impone al proveedor.

La ley desarrolla cada uno de los derechos básicos en el art. 6°.

7. LA PROTECCIÓN DE LA SALUD Y LA SEGURIDAD

Por su importancia y las consecuencias que pueden derivarse, la ley regula en primer término la protección de la salud y la seguridad de los consumidores.

Para ello manda que todos aquellos productos y servicios que puedan suponer un riesgo para la salud o seguridad de los usuarios deben comercializarse observando las normas establecidas o razonables.

Es decir que, además de las que establece la ley, ésta introduce un principio, el principio de razonabilidad que el proveedor debe observar, el cual es asimilado por la doctrina al principio de prudencia, a la actuación de buena fe por parte del proveedor y a la obligación de controlar el contenido de lo que ofrece.

En el derecho inglés este principio está consagrado desde 1977 en la Unfair Terms Act, determinando la pérdida de efectividad de las cláusulas de limitación de la responsabilidad al ser apreciadas bajo este control de razonabilidad.

También nuestra ley protege la salud y seguridad del usuario imponiendo al proveedor el deber de informar de manera clara y visible sobre la peligrosidad o nocividad de lo que ofrece, sin perjuicio de otras medidas que se puedan adoptar en cada caso.

Y atribuye a la autoridad administrativa competencia para prohibir, excepcional y fundadamente, la colocación de productos en el mercado cuando presenten un grave riesgo para la salud o seguridad del consumidor.

A estas mismas reglamentaciones estarán sujetos los productos industriales, disponiéndose que la información que debe efectuar el fabricante debe acompañar al producto en su comercialización final.

Por último, todo proveedor está obligado a dar conocimiento de la nocividad o peligrosidad de lo que ofrece en cuanto tome conocimiento de esa circunstancia.

8. REGULACIÓN DE LA OFERTA

Los tres capítulos siguientes (IV, V y VI) están destinados a regular la oferta. El IV regula la oferta en general; luego, el V, regula la oferta de productos; y el VI, la oferta de servicios.

Es una reglamentación extensa y minuciosa con alguna disposición que confiere un derecho realmente excepcional al consumidor (art. 16), que luego se analizará.

Se obliga a los proveedores a mantener por todo el tiempo que la realice la oferta pública efectuada por cualquier medio de comunicación regulándose luego distintas situaciones vinculadas con el plazo de la oferta, con la publicidad efectuada en día feriado, etc.

Es decir, que se reglamenta la oferta al público (o la oferta pública), determinándose que la misma tiene efecto vinculante entre quien la emite y el que la acepta o utiliza (es el término que usa la ley) de manera expresa en el tiempo que se realice. De lo que se deduce que, en la ley, al igual que en el Código Civil, se requiere el concurso real de voluntades para que la obligación nazca.

La disposición plantea dudas en cuanto a su interpretación.

En primer lugar por utilización del término vinculante que constituye una expresión ambigua pero que, en mi concepto, no puede entenderse que es irrevocable, como surge de la misma ley.

Y, en segundo lugar, porque si bien requiere de la aceptación del consumidor, deja en la nebulosa el momento en el cual ha de considerarse formado el consentimiento: si es suficiente la aceptación, modificándose el principio general consagrado en el art. 1265 del Código Civil, o continúa rigiendo la teoría de la recepción consagrada en dicha disposición.

Sin duda que la ley mantiene, de manera general, la teoría de la recepción para determinar el momento de formación del consentimiento (así resulta del art. 12 num. 2 inc. 3, al precisar que la revocación puede hacerse, con los requisitos exigidos por la ley, antes que la aceptación haya llegado al oferente).

La información debe suministrarse en idioma español, sin perjuicio de la utilización de otro idioma.

Se estipula que la oferta es revocable y para que lo sea debe difundirse su revocación por medios similares a los utilizados para hacerla conocer y antes que la aceptación haya llegado al oferente, como se expresó. No obstante no será revocable cuando el oferente se haya obligado a no revocarla.

También se regula la aceptación estableciéndose que debe ser tempestiva, siendo ineficaz la aceptación tardía. Todo lo cual está de acuerdo a los principios generales del Código Civil.

El inc. 2o. del art. 13 establece una regla de interpretación a favor del consumidor.

Para el caso de que la oferta contenga información contradictoria ha de prevalecer la más favorable al consumidor.

Además, el oferente está obligado a respetar en los contratos que celebre, la publicidad que haya realizado, la cual alcanzará también a todos aquellos que la utilicen, e integra el contrato celebrado con el consumidor.

Otra disposición obliga a informar en todas las ofertas tanto el precio de comercialización, como, en caso de financiación, suministrar el total financiado, cantidad de pagos y su periodicidad, entre otros extremos; y a las empresas de intermediación financiera las obliga a informar la tasa efectiva del interés anual.

Una de las críticas más acerbas a la ley es la relativa a lo previsto en los incisos primero y segundo del artículo 16, argumentándose que ella otorga una excesiva potestad a los consumidores que puede derivar en abusos de su parte a la vez que favorecen la inestabilidad del contrato.

El capítulo relativo a la oferta en general finaliza con ese art. 16, en el cual se regula la oferta de productos o servicios que se realiza por cualquier medio (postal, telefónico, televisivo, informático o similar), fuera del local empresarial (inc. 1º) pudiendo el consumidor ejercer el derecho a rescindir o resolver el contrato unilateralmente ipso jure dentro de los cinco días hábiles contados desde su formalización o de la entrega del producto, sin responsabilidad alguna de su parte.

Este plazo se denomina en doctrina "período de reflexión".

El inciso 2o. de este art. expresa que cuando la oferta es de servicios únicamente, y se realice en locales acondicionados con la finalidad de ofertar, el consumidor podrá rescindir o resolver el contrato de la manera establecida en el caso anterior.

Este artículo no se aplica a la oferta de bienes.

Cuando el consumidor ejerce tales derechos debe proceder a la devolución, sin uso, salvo el que le hubiere dado para probarlo. Se objetaba a la ley que regulara severamente la restitución de los importes pagados por el consumidor y no estableciera, en cambio, la restitución simultánea del bien recibido.

Esta situación fue resuelta por el artículo 6 inciso segundo del decreto 244/2000, reglamentario de la ley, que establece la simultaneidad apuntada de dichas restituciones, pero solamente se refiere a la devolución del producto sin uso y en el mismo estado en que fue recibido.

La resolución o rescisión de los contratos de acuerdo a esta disposición dejan sin efecto las formas de pago diferido que se hubieran estipulado a través de tarjetas de crédito o similares, bastando para ello que el consumidor comunique a las emisoras de las mismas el ejercicio de estos derechos.

Sin duda que esta forma drástica de apartarse de las obligaciones contraídas con un tercero (el emisor de la tarjeta) va a obligar a revisar la formulación de este sistema de crédito, en dichas situaciones.

También se ha observado la expresión utilizada en el inc. 2o. del art. 16 de la ley que se refiere a la oferta de servicios efectuada en "locales acondicionados con la finalidad de ofertar".

Sin embargo, de los antecedentes legislativos surge que la intención fue reprimir las situaciones que se crean en ciertos casos, como el relativo a los tiempos compartidos, donde el consumidor es atraído con la promesa de ciertos obsequios o beneficios pero que en definitiva es presionado para aceptar lo que se le ofrece sin tiempo para la meditación ni para consultar a su profesional.

No obstante la ley no refleja esa intención y quedó redactada de forma tal que involucra otras muchas situaciones diferentes.

Respecto a la oferta de productos es de destacar, entre otras exigencias muy importantes la obligación de los fabricantes e importadores de asegurar la oferta de componentes y repuestos mientras subsiste la fabricación e importación del producto.

Sin embargo, la solución legal no parece la más adecuada para proteger al consumidor porque, por ejemplo, si el proveedor ha hecho una sola importación, desaparece su obligación de asegurar la oferta de componentes y repuestos. Más razonable hubiera sido exigir la permanencia de componentes y repuestos por un tiempo prudencial después de dejarse de fabricar o importar el producto.

También se le impone la obligación de indicar en forma clara y visible la oferta de productos defectuosos, usados o reconstituidos.

Con relación a la oferta de los servicios se extiende la obligación de información clara y veraz estampada cuando se brinde por escrito, en caracteres fácilmente legibles (alude, naturalmente, a la difundida práctica del uso de la letra chica prácticamente ilegible que se incorpora a los contratos), exigiendo la determinación de una serie de elementos del servicio ofrecido, que la ley indica, extendiendo también las mismas exigencias a la oferta de servicios financieros.

9. PRÁCTICAS ABUSIVAS

El capítulo VII consta de un solo artículo, el veintidós. En él se indica cuales son consideradas prácticas abusivas, enunciando entre otras, las siguientes: a) La negativa a proporcionar lo ofrecido cuando existe disponibilidad. b) Fijar plazos desproporcionados para el cumplimiento de las obligaciones, en perjuicio del consumidor. c) La entrega o provisión de cualquier servicio al consumidor que no haya sido previamente solicitado. d) Hacer aparecer al consumidor como comprador de productos o servicios cuando no corresponda, etc.

El incumplimiento de estas prácticas, que configuran requisitos, obligaciones o prohibiciones establecidas en la ley, se considera, conforme al artículo 43, infracciones en materia de defensa del consumidor que dan mérito, por consiguiente, a la aplicación de las sanciones previstas en el capítulo XV de la ley.

10. LA GARANTÍA CONTRACTUAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Nuestra ley no optó, como sucede en otras legislaciones, por imponer al proveedor la garantía legal de los productos y servicios que ofrece.

Respecto a la garantía contractual dispone que debe ofrecerse por escrito, estandarizada cuando sea para productos idénticos y deberá ser fácilmente comprensible y legible e informar al consumidor sobre su alcance, determinándose los elementos mínimos que debe contener la respectiva información.

Se formula a la reglamentación legal de la garantía contractual una severa crítica por establecer en la parte final del artículo 23, que si el certificado de garantía es entregado por el comerciante y se identifica en el mismo al fabricante o importador que ofrece la garantía, son estos últimos quienes quedan obligados por el contrato accesorio de garantía.

Piénsese que la garantía haya sido ofrecida por un fabricante asiático o simplemente europeo.

En el Proyecto original presentado al Parlamento en el artículo referido, el comerciante, el importador y el fabricante eran solidariamente responsables, por el contrato accesorio de garantía, por la venta del producto o servicio ofrecido.

En el Parlamento se modificó el Proyecto dándole la actual redacción a dicho artículo. Pero el comerciante también es responsable por la manera en que presta el servicio o por el bien que comercializa.

Por lo tanto en una futura modificación a la ley en estudio parece sumamente necesario reestablecer la solidaridad de importador, fabricante y proveedor.

11. LA PUBLICIDAD

Se prohíbe toda clase de publicidad engañosa, definiéndose ésta como aquella que entera o parcialmente sea falsa o capaz de inducir a error al consumidor, incluso por omisión, respecto a la naturaleza, cantidad, origen o precio de los productos y servicios ofrecidos.

Se reglamenta la publicidad comparativa que sólo se admitirá si se basa en la objetividad de la comparación y sea pasible de comprobación, sin tomar en cuenta datos subjetivos de carácter emocional o psicológico.

Se determina que la carga de la prueba del contenido en la información publicitaria corresponde al anunciante.

Y se delega a la reglamentación el establecer el plazo durante el cual el proveedor debe mantener en su poder los datos que dan sustento a lo publicitario. El decreto reglamentario referido en el art. 19 establece ese plazo en "noventa días contados desde el último mensaje difundido".

12. DEFINICIÓN DEL CONTRATO DE ADHESIÓN

La ley destina el Capítulo X a definir el contrato de adhesión como "aquel cuyas cláusulas o condiciones han sido establecidas unilateralmente por el proveedor, sin que el consumidor haya podido discutir, negociar o modificar substancialmente su contenido."

La doctrina había estudiado los contratos de adhesión desde principios del siglo XX en los desarrollos de Salieres quien había señalado, con relación al concepto de contrato imperante entonces, que se podía decir que "hay contratos y contratos", aludiendo a la existencia de ese tipo peculiar de pretendidos contratos que no tienen de contratos sino el nombre, advertía que no existía, respecto de estos contratos, la unidad de tipo supuesta por el derecho y terminaba afirmando respecto de los contratos que sólo tiene el nombre de tales, que su construcción jurídica aun no se había logrado, estaba por hacerse.

Quizás esta afirmación de Salieres esté encontrando respuesta en la existencia de esa variedad de contratos pre-redactados, de adhesión o predispuestos que una parte impone a la otra, o, para decirlo en los términos del derecho anglosajón, en los "standard contracts" (que comprenderían no sólo a los contratos de adhesión sino también al contrato formulario o contrato tipo, que para algunos autores no son exactamente lo mismo que el contrato de adhesión), en las actuales leyes de protección al consumidor.

Han sido descriptos como aquellos supuestos en los cuales una de las partes, que generalmente es un empresario mercantil o industrial que realiza una contratación en masa, establece un contenido prefijado para todos los contratos de un determinado tipo que celebra en el ejercicio de su empresa.

Se han dado numerosas definiciones del contrato de adhesión que se caracterizan por señalar los elementos de la categoría que coinciden sustancialmente con los que indica la definición de nuestra ley.

Así, por ejemplo se les ha definido como aquellos contratos en los que una de las partes no hace más que prestar su asentimiento a una normativa de la relación contractual rígidamente predispuesta de antemano sin intervención alguna de su parte.

La ley uruguaya amplía más el concepto doctrinario del contrato de adhesión al admitir que el consumidor haya podido obtener ciertas modificaciones no sustanciales, que, en definitiva, implican una modificación al formulario contractual que se le presenta para su firma, y, también, cuando logra agregar la inclusión por escrito de cláusulas adicionales a las

preexistentes (que se entiende que han de alterar también su contenido), sin que ello importe cambiar por sí mismas la naturaleza del contrato de adhesión.

Nuevamente la ley manda que sean redactadas en español, en términos claros y fácilmente legibles de modo de facilitar la comprensión por el consumidor.

13. LAS CLÁUSULAS ABUSIVAS

En el capítulo XI la ley reglamenta las que denomina cláusulas abusivas en los contratos de adhesión y las define como "toda cláusula que determine claros e injustificados desequilibrios entre los derechos y obligaciones de los contratantes en perjuicio de los consumidores, así como toda aquella que viole la obligación de actuar de buena fe".

A pesar de la amplitud de la definición, la ley establece una limitación muy importante y extensa al concepto de cláusula abusiva, al expresar que "la apreciación del carácter abusivo de las cláusulas no referirá al producto o servicio ni al precio o contraprestación del contrato, siempre que dichas cláusulas se redacten de manera clara y comprensible."

Entre otras críticas que merece el párrafo del art. 30 transcripto, la doctrina ha señalado, como la más importante, la exclusión de la consideración del precio para determinar si se configura o no una cláusula abusiva.

En tal sentido, el Profesor Ordoqui ha señalado que "en forma desesperada se quiso mantener la eliminación de la lesión como vicio del consentimiento, admitiéndose la abusividad en los precios".

Debe tenerse presente que la ley elimina la consideración del precio, a fin de apreciarlo como cláusula abusiva, sólo cuando la cláusula está redactada en forma clara y comprensible; de esa manera, si la cláusula de precio fue redactada en forma clara y comprensible y es aceptada por el consumidor, el legislador sí, rechaza la admisión de la lesión y no la considera cláusula abusiva.

Realiza luego la ley una enumeración enunciativa de cláusulas que son consideradas abusivas, estableciendo que esa enumeración es sin perjuicio de otras cláusulas que también podrán considerarse abusivas.

La ley enumera como abusivas las cláusulas referentes a : la exoneración o limitación de la responsabilidad del proveedor por vicios de cualquier naturaleza de los productos o servicios; la renuncia de los derechos del consumidor; la que autorice al proveedor a modificar unilateralmente los términos del contrato; pactar la cláusula resolutoria exclusivamente a favor del proveedor, estableciendo que la inclusión de esta cláusula deja a salvo la acción de cumplimiento; la que consagra la inversión de la carga de la prueba en perjuicio del consumidor; la que imponga representantes al consumidor ; la que implique renuncia del consumidor al derecho al resarcimiento o reembolso de cualquier erogación que sea de cargo del proveedor; y la que establezca que el silencio del consumidor implicará la aceptación de cualquier variante de lo pactado.

La ley señala que la cláusula abusiva puede ser tal por su contenido o por su forma.

Se entiende que la cláusula abusiva lo es por su forma cuando no está redactada en forma clara y fácilmente inteligible. Es abusiva por su contenido cuando resulte tal, conside-

rando la naturaleza del bien o servicio que es objeto de la relación de consumo y se tomen en cuenta, además todas las circunstancias que rodean la celebración del contrato.

El artículo 31 que es el que enuncia las cláusulas consideradas abusivas, establece, en su inciso final, que la inclusión de estas cláusulas dará derecho al consumidor a exigir la nulidad de las mismas y en tal caso el Juez integrará el contrato.

Si en concepto del Juez el contenido integrado del contrato careciera de causa podrá declarar la nulidad del mismo.

La solución legal implica una alteración sin precedentes en el régimen de las nulidades dentro de nuestro derecho positivo al dejar librado a la apreciación judicial si la nulidad de la cláusula abusiva y el contenido del contrato integrado consecuentemente por el Juez, priva al negocio de causa en cuyo caso lo declarará nulo.

Ello quiere decir que, en principio, la cláusula abusiva sólo produce una nulidad parcial, acarrea la nulidad de la cláusula, no de todo el contrato.

Si bien la nulidad parcial tiene antecedentes en nuestro derecho, inclusive en el Código Civil, cuando el legislador la admite indica expresamente el alcance de la nulidad, que ella es parcial, y la causa específica que la produce. En este caso, como la enumeración de las cláusulas abusivas no es taxativa, siempre que se entienda que determinada cláusula inserta en el contrato lo es, se producirá una nulidad parcial.

A la vez, la facultad conferida al Juez de integrar el contrato constituye otra novedad en el derecho uruguayo, si bien en este aspecto puede señalarse algún antecedente que, sin llegar a permitir la integración por el Juez del contrato, admite su intervención para modificar algún elemento esencial del acuerdo de voluntades.

Tal lo que ocurre en la revisión del precio de los arrendamientos de inmuebles rurales, manteniéndose aún vigente el régimen de revisión judicial en ese ámbito, sin perjuicio de la facultad acordada a las partes para modificarlo convencionalmente.

En otros países, en los que se acepta la procedencia de la llamada teoría de la imprevisión, se reconoce a los Jueces la facultad de modificar y aún de rescindir o resolver el contrato, según el régimen adoptado.

Así, en Argentina el art. 1198 CC, en la redacción dada por la ley 17.711 del año 1968, se faculta a la parte perjudicada en los contratos bilaterales conmutativos de ejecución diferida o continuada a demandar la resolución del contrato. Pero se consagra la facultad de la otra parte de impedir la resolución ofreciendo mejorar equitativamente los efectos del contrato.

En el derecho alemán la ley sobre cláusulas predispuestas (AGB-Gesetz) incluye, entre otros, ocho incisos sobre cláusulas prohibidas con posibilidad de valoración de las mismas por parte del Juez, el que decidirá en atención a las circunstancias particulares del caso.

En nuestro país, la facultad de integrar el contrato conferida al Juez por el art. 31 de la ley es realmente excepcional.

Parecería que lo que puede integrar el Juez es el vacío dejado por la cláusula abusiva cuando es declarada nula a petición del consumidor.

Si una vez integrado el contrato, el Juez entendiera que existe nulidad del mismo por carecer de causa, podrá declararlo nulo. Todo esto contribuye a dotar al Juez de una discrecionalidad muy amplia, hasta ahora desconocida en nuestro derecho.

14. INCUMPLIMIENTO DEL PROVEEDOR

Los arts. 32 y 33 configuran situaciones de violación del contrato por parte del proveedor.

El art. 32 considera tales la violación de la obligación de actuar de buena fe o la transgresión del deber de informar en la etapa precontractual, de perfeccionamiento o de ejecución del contrato.

Recordemos que el art. 1291 de nuestro Código Civil establece que los contratos deben ejecutarse de buena fe. Es decir, que consagra el principio de la buena fe, a texto expreso, únicamente en la etapa de ejecución.

La disposición que se analiza la extiende también a la etapa de las tratativas y al momento del perfeccionamiento.

La violación de las obligaciones referidas en el art. 32 dará derecho al consumidor a optar por la reparación, la resolución o el cumplimiento del contrato con más los daños y perjuicios que correspondan.

El art. 33, se refiere también al incumplimiento del proveedor. Es aquél en cuyo texto se ha incurrido en error en la etapa de elaboración de la ley y para subsanarlo se procedió a la derogación de la ley 17.189 y a la sanción de una nueva, la ley 17250, en la que se corrigió la redacción de este artículo .

En su redacción actual el artículo 33 concede al consumidor, a su elección, en caso de incumplimiento del proveedor, exigir el cumplimiento forzado de la obligación siempre que ello fuera posible; aceptar otro producto o servicio o la reparación por equivalente; o a resolver el contrato con derecho a la sustitución de lo pagado, actualizado monetariamente o rescindir el mismo según corresponda.

En cualquiera de las opciones el consumidor podrá reclamar los daños y perjuicios que sean del caso (compensatorios o moratorios).

Esta facultad se concede al consumidor frente al incumplimiento de cualquier obligación del proveedor salvo que mediare causa extraña no imputable.

Es decir, que a diferencia de la interpretación que se da al artículo 1431 del Código Civil, que consagra la condición resolutoria tácita para el caso de incumplimiento de las obligaciones principales que surgen de un contrato bilateral, esta ley extiende la posibilidad de resolución para el caso de incumplimiento de cualquier obligación a cargo del proveedor.

Destaca el Profesor Gamarra que el ámbito de aplicación del instituto de la condición resolutoria tácita no es el incumplimiento de cualquier obligación sino únicamente las de aquellas que forman la relación sinalagmática, que son las prestaciones que corresponden a los intereses que caracterizan al contrato desde el punto de vista de la causa.

La relación obligacional sinalagmática que surge de la reglamentación legal de cada uno de los contratos determina la función económica de los mismos. De manera, que se vincula estrechamente la relación de interdependencia entre las obligaciones recíprocas con el elemento causa.

Es decir, que la solución de la ley 17250 en estudio, es más severa con el proveedor (deudor) que el Código Civil respecto a la generalidad de los deudores, en lo atinente a la solución que da uno y otro texto a la resolución legal por incumplimiento.

15. RESPONSABILIDAD POR DAÑOS

Si del vicio o riesgo del producto o del servicio prestado resulta un daño al consumidor, el art. 34 dispone que será responsable el proveedor de conformidad con lo dispuesto en el Código Civil. La responsabilidad corresponderá al importador y fabricante (en realidad debió decirse importador o fabricante) y sólo responderá el comerciante o distribuidor cuando aquellos no pudieran ser identificados.

De manera que basta que el fabricante o el importador estén identificados para que la responsabilidad recaiga sobre ellos. El comerciante o el distribuidor sólo responderán si aquéllos no pueden ser identificados.

De nuevo aquí se utiliza una expresión equívoca ya que identificar al fabricante o importador (en el sentido de reconocer, identificar quienes son) será muy fácil para el comerciante o distribuidor. Pero no resultará tan fácil al consumidor demandarlos si tienen su domicilio fuera del país.

También responderán el comerciante o distribuidor si el daño se produce por una inadecuada conservación del producto o cuanto altere sus condiciones originales.

Al igual que en el Código Civil se limita lo que se denomina la cascada de la causalidad, estableciéndose que el proveedor no responde sino de los daños que sean consecuencia inmediata y directa del incumplimiento y comprende tanto el daño patrimonial como el extrapatrimonial.

Queda así reconocida a texto expreso la procedencia de la reparación del daño extrapatrimonial o moral, despejando toda duda respecto a su procedencia en nuestro derecho.

Con respecto a la responsabilidad de los profesionales liberales el art. 35 dispone que su responsabilidad será objetiva o subjetiva según la naturaleza de la prestación asumida.

Hace referencia la disposición a la índole de la prestación del profesional deudor.

En la responsabilidad subjetiva se ha de considerar que el deudor ha cumplido su obligación cuando actuó con toda la diligencia del buen padre de familia aunque no haya logrado satisfacer el interés primordial del deudor.

En cambio, la responsabilidad es objetiva cuando, a pesar que el profesional haya actuado con la mayor diligencia, el resultado querido por el acreedor no se logra, el deudor no puede satisfacer el interés primordial del acreedor; será sólo cuando satisfaga el resultado querido por el acreedor que la obligación se reputará cumplida.

Acepta, así, esta ley la clasificación de las obligaciones en obligaciones de medios (en las que la responsabilidad es subjetiva, fundada en la culpa) y obligaciones de resultado (en las que la responsabilidad es objetiva).

En el primer caso el profesional se eximirá de responsabilidad probando la ausencia de culpa (no obstante la carga de la prueba de la culpa es de cargo del acreedor, de lo contrario no se configura responsabilidad) y, en el caso de la responsabilidad objetiva el profesional debe probar la causa extraña.

Sin embargo, esta interpretación que creo es la que cuenta con el mayor respaldo doctrinario, ha sido criticada en nuestro medio, aduciendo la falta de sustento normativo en nuestro derecho positivo.

16. PRESCRIPCIÓN Y CADUCIDAD

En general la ley establece plazos muy breves para reclamar por los vicios aparentes o de fácil constatación salvo aceptación expresa de los mismos, caducando el derecho a reclamar en 30 días a partir de la provisión del servicio o producto no duradero y en 90 días cuando se trate de productos o servicios duraderos.

El cómputo comienza a partir de la entrega efectiva del producto o de la finalización de la prestación del servicio.

Cuando se trate de vicios ocultos el plazo para manifestarse será de 6 meses y el de reclamación caducará a los tres meses a partir del momento en que se pongan de manifiesto. La ley aclara que ello es sin perjuicio de las previsiones legales específicas para ciertos bienes y servicios.

A su vez, la acción para reclamar la reparación de los daños personales prescribirá en 4 años a partir de la fecha en que el demandante tuvo o debería haber tenido conocimiento del daño, vicio o defecto y de la identidad del productor o fabricante. Tal derecho caduca transcurridos 10 años a partir de la fecha en que el proveedor colocó el producto en el mercado o finalizó la prestación del servicio.

La expresión "colocó" no es jurídica y, además, es equívoca. Parecería que se refiere a que el producto haya sido enajenado.

Por último, la prescripción consagrada en estos artículos, que integran el capítulo XIV de la ley, se interrumpe con la presentación de la demanda o con la citación a juicio de conciliación seguida de demanda dentro de los 30 días de celebrada la audiencia de conciliación.

La solución legal se diferencia de la del Código Civil porque los arts. 1235 y 1236 de éste requieren, para que se interrumpa la prescripción, el emplazamiento con la presentación de la demanda o la citación a juicio de conciliación seguida de demanda dentro de los 30 días de celebrada la audiencia de conciliación.

17. CAPÍTULO FINAL

El capítulo final se refiere a una serie de aspectos relacionados con la protección de los derechos del consumidor en lo atinente al establecimiento de órganos que fiscalicen el

cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias en la materia, y, también, determinando la autoridad responsable del cumplimiento de la ley, encomendándola a la Dirección General de Comercio, dependiente del Ministerio de Economía y Finanzas.

Se atribuye además una amplia competencia a la Dirección del Área de Defensa del Consumidor, organismo sujeto a la jerarquía de aquella Dirección General.

Crea un procedimiento administrativo fundamentalmente destinado a prevenir y reprimir conflictos. Estimula, a través del régimen de sanciones previstos, el cumplimiento de parte de los proveedores; es decir, que las sanciones tienen un fin preventivo al desempeñar una función conminatoria que induce al cumplimiento.

El decreto reglamentario de la ley, referido ut-supra, reglamenta detalladamente el íter de la audiencia administrativa prevista en el artículo 42 literal f) que se refiere a la competencia de la Dirección del Área de Defensa del Consumidor para citar a los proveedores, a solicitud del consumidor afectado, a fin de tentar el acuerdo entre las partes.

La no comparecencia del proveedor a esta audiencia, conforme lo establece la ley, se tendrá como presunción simple en su contra.

El decreto reglamentario agrega que la incomparecencia de una u otra de las partes habilitará al concurrente a solicitar testimonio de su comparecencia a los efectos pertinentes.

Se regulan además las infracciones, considerándose tales el incumplimiento de los requisitos, obligaciones o previsiones establecidas en la ley y dichas infracciones se calificarán como leves, graves y muy graves según las pautas o criterios que da la ley, atendiendo, fundamentalmente, al riesgo para la salud del consumidor, la cuantía del beneficio, el grado de intencionalidad, etc.

Las sanciones varían del apercibimiento a multas cuyo monto inferior será de 20 Unidades Reajustables hasta un monto de 4.000 UR, pudiéndose además decomisar mercaderías y productos cuando creen riesgo para la salud o seguridad del consumidor, o llegar a la clausura temporal hasta por 90 días en casos de infracciones graves o muy graves y hasta imponer la suspensión de hasta un año en los registros de proveedores que pueden contratar con el Estado.

También se faculta, en caso de infracciones graves, la colocación, en el frente e interior del establecimiento, por un plazo de hasta 20 días, de carteles que indiquen el carácter de infractor a la ley que se comenta.

Incluso en los casos de riesgo para la salud o seguridad de los consumidores se podrá disponer de la publicación en los diarios de la resolución sancionatoria a costa del infractor.

Por último, si se realizara publicidad engañosa o ilícita, sin perjuicio de las sanciones establecidas se podrá solicitar judicialmente la suspensión de la publicidad de que se trate y la realización de contrapublicidad con la misma frecuencia, lo que deberá pagar el infractor.

La ley establece también el procedimiento que se debe seguir para la aplicación de las sanciones

18. INVALIDEZ E INEXISTENCIA DE LA LEY 17.189

El artículo 52, último de la ley 17.250, declara la invalidez de la ley que entró a regir el primero de julio último. La razón de esa declaración radica en el error formal seguido en el proceso de su elaboración.

Ya se dijo que la solución del legislador es errónea puesto que una ley aún adoleciendo de inconstitucionalidad entra en vigencia y se aplica por lo que es totalmente improcedente declararla inválida.

La ley parece asimilar los conceptos de invalidez e inexistencia.

Lo que debió hacer es derogarla con efecto retroactivo a fin de evitar las reclamaciones que pudieran haberse planteado durante el período de su vigencia, las que de todos modos hubieran resultado rechazadas en función de la inconstitucionalidad formal que abarcaba no sólo el artículo incorrectamente sancionado con texto diferente por ambas Cámaras, sino que alcanzaba a toda la ley.

1. The first part of the document
 2. The second part of the document
 3. The third part of the document
 4. The fourth part of the document
 5. The fifth part of the document
 6. The sixth part of the document
 7. The seventh part of the document
 8. The eighth part of the document
 9. The ninth part of the document
 10. The tenth part of the document

1. The first part of the document
 2. The second part of the document
 3. The third part of the document
 4. The fourth part of the document
 5. The fifth part of the document
 6. The sixth part of the document
 7. The seventh part of the document
 8. The eighth part of the document
 9. The ninth part of the document
 10. The tenth part of the document