



**DOGMÁTICA CONSTITUCIONALIZADA
DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR**

Nanci Daniela Schlotthauer

Revista Jurídica - Universidad Nacional del Oeste: ISSN 3008-8062

Año: 02/ nro. 3 - Diciembre 2024

Recibido: 31/07/2024

Aprobado: 17/10/2024

**DOGMÁTICA CONSTITUCIONALIZADA
DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR
A 30 AÑOS DE LA REFORMA DE LA CARTA MAGNA**

**CONSTITUTIONALIZED DOGMATICS
OF CONSUMER LAW**

30 YEARS AFTER THE REFORM OF THE CONSTITUTION

*Por Nanci Daniela Schlotthauer*¹
Universidad Nacional de José C. Paz, Argentina

*El bienestar general de la sociedad civil se alcanza
en el mercado a través de la solidaridad.
La problemática del mercado no es ajena a la Constitución,
no se trata de una zona liberada, sin reglas ni principios.*

Jorge Mosset Iturraspe
Derecho Civil Constitucional

Resumen: La reforma de la Constitución argentina en 1994 representó un avance significativo en la protección de los derechos de los consumidores y usuarios, fortaleciendo el marco legal del derecho tuitivo. Trajo consigo modificaciones claves en la Constitución, elevando el estatus de las normas de protección al consumidor y asegurando una mayor prominencia en el orden jurídico. El modelo constitucional de 1994 influyó en la consolidación de las leyes en esta área, subrayando el compromiso institucional con su protección. A treinta años de su reforma, la Constitución nacional otorga un sólido respaldo, jerarquía e importancia a las normas de protección al consumidor dentro del ordenamiento jurídico argentino, garantizando su eficacia en la salvaguarda de los derechos frente a prácticas abusivas y desleales.

¹ Abogada. Doctora en Ciencias Jurídicas (Universidad de Morón). Maestranda en Docencia Universitaria (Universidad de Buenos Aires). Investigadora en derechos humanos (UM). Profesora titular de Derecho del Consumidor y del Usuario (Universidad Nacional de José C. Paz). Profesora adjunta de Derecho Comercial I y de Práctica Profesional Territorial aplicada al Derecho Privado (UNPaz). Profesora adjunta de Derecho Internacional Público y Privado (UM). Identificador ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-3275-9114>. Correo electrónico: nancidasch@yahoo.com.ar

Palabras clave: reforma constitucional, derechos del consumidor, orden público, constitucionalización de derechos

Abstract: The reform of the Argentine Constitution in 1994 represented a significant advance in the protection of consumer and user rights, strengthening the legal framework of consumer protection law. This reform brought about key modifications to the Constitution, raising the status of consumer protection norms and ensuring greater prominence in the legal order. The 1994 constitutional model influenced the consolidation and strengthening of laws in this area, underlining the institutional commitment to consumer protection. Thus, 30 years after its reform, the National Constitution grants solid support, hierarchy and importance to consumer protection rules within the Argentine legal system, guaranteeing their effectiveness in safeguarding rights against abusive and unfair practices.

Keywords: constitutional reform, consumer rights, public order, constitutionalization of rights

I - EL MODELO CONSTITUCIONAL DE 1994 Y SU IMPACTO EN EL DERECHO TUTIVO DE DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS

Desde la reforma de la Constitución argentina en 1994 se puede identificar un elemento esencial en la fundamentación del derecho del consumidor: el artículo 42. La doctrina constitucional destaca que, con su incorporación, la defensa del consumidor y usuario se convierte en uno de los principios fundamentales que guían la política económica y social que regula el mercado (Quiroga Lavié, Benedetti y Cenicacelaya, 2001).

La reforma fortaleció el sistema jurídico destinado a controlar abusos e inequidades en un contexto social en transformación. Respaldó el enfoque de los denominados nuevos derechos y garantías, orientados principalmente a proteger la dignidad humana, y en particular los derechos de incidencia colectiva.

Durante la Convención Constituyente de 1994, la Comisión de Nuevos Derechos y Garantías abordó los derechos de los consumidores, estableciendo que estos debían ser considerados como un derecho tutelado. Se determinó que, además, se debía implementar un sistema de garantías que no solo fuera respetado por empresarios y proveedores, sino también por el Estado, encargado de asegurar su cumplimiento y protección.

Es relevante señalar que la Constitución, como normativa de derecho público de máxima jerarquía a nivel local e internacional, y esencial para un Estado, consagra los derechos sociales de los individuos, salvaguardados por el derecho constitucional en su totalidad. Un elemento prominente en las constituciones contemporáneas es la incorporación de los derechos de tercera generación, también denominados de solidaridad. Estos

emergen como respuesta a los nuevos desafíos sociales, culturales y ambientales que enfrenta la sociedad actual.

Los derechos de tercera generación van más allá de los derechos individuales tradicionales y se centran en garantizar una sociedad justa, equitativa y sostenible, abarcando áreas como el derecho a un entorno saludable, la educación, la salud y la protección de los consumidores. Su inclusión en la carta magna resalta su importancia, asignando a los poderes públicos, instituciones y ciudadanos la responsabilidad de proteger, promover y asegurar su cumplimiento, garantizando su observancia.

La incorporación de los derechos de tercera generación en la Constitución marca una evolución en el pensamiento jurídico y político, mostrando una mayor sensibilidad hacia los desafíos de la sociedad moderna. Esto incluyó la necesidad de una protección ampliada para los consumidores, debido a su creciente vulnerabilidad y la insuficiencia de los mecanismos existentes para abordar de manera efectiva las problemáticas emergentes en las relaciones de consumo. La integración del derecho del consumidor en el ámbito constitucional representó un avance esencial para enfrentar eficazmente las situaciones en las que los consumidores estaban desprotegidos ante prácticas comerciales abusivas.

En este contexto, hubo que crear nuevas herramientas legales para fortalecer la posición del consumidor, garantizando equidad y transparencia en las transacciones comerciales y equilibrando las desigualdades de poder entre consumidores y proveedores.

El artículo 42 de la Constitución nacional incorpora los derechos de consumidores y usuarios como un principio general del derecho, estableciendo una doble garantía que el Estado debe otorgar de protección y salvaguarda de los intereses de los ciudadanos frente a las relaciones de consumo para la regulación de la actividad económica, tanto pública como privada, en el país (Bidart Campos, 1998), trascendiendo el ámbito del derecho privado y orientando el ordenamiento jurídico interno.

Se ha argumentado al respecto que

los derechos del consumidor tienen reconocimiento en las cartas políticas como parte de los derechos humanos; en la esfera del derecho constitucional, como una subcategoría de derechos fundamentales; y dentro del derecho privado en ámbitos disímiles como los contratos y la responsabilidad por incumplimiento. (Vinti, 2015, p. 60)

También se ha expresado que "la reforma de la Constitución Nacional de 1994 elevó a la categoría de derecho fundamental el de los consumidores" (Correa, 2013, p. 1059). En efecto, la reforma fue clave en la defensa de los derechos de los consumidores. Esto fortaleció la protección de los ciudadanos en sus interacciones comerciales y tuvo un impacto positivo en la sociedad. La indemnidad constitucional se incorporó al concepto de

relación de consumo, ampliando la protección más allá de la simple relación contractual, tanto de manera objetiva como subjetiva. En esta línea, se ha expresado que la normativa de defensa del consumidor se aplica en el contexto de las relaciones de consumo, y va más allá del contrato de consumo. Incluye tanto a sujetos activos como pasivos que no forman parte del contrato –como el fabricante que no contrata y el usuario–. Además, su aplicación se extiende a las fases precontractual –como en el caso de la publicidad– y poscontractual –por ejemplo, imponiendo obligaciones después de que el contrato se haya extinguido– (Quaglia, 2015).

De esta manera, se impone a los proveedores el deber de cumplir con sus obligaciones en las relaciones comerciales con los consumidores. Las empresas deben respetar los derechos y deberes en estas interacciones, y el Estado tiene la responsabilidad de asegurar su cumplimiento a través de acciones concretas en todos sus ámbitos de gestión (Gordillo, 2003).

Es de destacar que los legisladores buscaron vincular los derechos humanos con el derecho del consumidor, reflejando la intención de la Constitución de proteger al consumidor como ser humano en la sociedad de consumo. Esta conexión se hizo evidente tras la reforma constitucional de 1994, en línea con los movimientos sociales que impulsaban el reconocimiento de derechos en un contexto de globalización. La creciente visibilidad de los derechos humanos de tercera generación es notable; aunque aún carecen de un reconocimiento formal universal, están siendo aceptados por organismos internacionales. Esta tercera generación de derechos, que complementa las libertades individuales y los derechos económicos, sociales y culturales previos (Pérez Luño, 2004), está ganando aceptación. Sin lugar a dudas, este proceso, denominado “constitucionalización del ordenamiento jurídico privado,” continúa su expansión (Alexy, 2009).

En este contexto, el inciso 22 de artículo 75 de la Constitución nacional otorga a los tratados sobre derechos humanos el mismo estatus que los principios constitucionales y crea un modelo único para la nacionalización, internalización o constitucionalización del derecho internacional de los derechos humanos, logrando una integración fluida entre el sistema normativo nacional y el internacional y reforzando y ampliando con esta integración el marco legal para la protección de los derechos de los consumidores y usuarios.

II - EL RANGO SUPERIOR DE LAS REGLAS DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN LA LEGISLACIÓN ARGENTINA Y SU FUNDAMENTO CONSTITUCIONAL

La necesidad de establecer un modelo político institucional en un contexto desafiante llevó a los legisladores, hace treinta años, a desarrollar un marco de nuevos derechos y garantías basado en la democracia y el consenso. En el contexto de la Constitución argentina, se ha observado un proceso de constitucionalización del derecho privado que ha

fortalecido la protección de derechos que anteriormente carecían de una garantía efectiva, incluyendo el derecho del consumidor.

La Constitución define el marco legal y normativo de un país, estableciendo los principios básicos y mandatos que deben ser seguidos y respetados por todas las instituciones. El derecho del consumidor, respaldado por el artículo 42, ocupa una posición jerárquica, estableciendo la protección de consumidores y usuarios como un pilar esencial en la regulación del mercado.

La aparición del artículo 42 de la Constitución Nacional no es un hecho fortuito, anecdótico o fruto de una postura posmodernista, sino, muy por el contrario, un cambio de visión respecto del mundo y la confirmación, a partir de ese momento, de que nuestra Constitución reconocía en su texto el pasaje de aquella sociedad liberal productora de 1853 a esta sociedad social consumista de finales del siglo XX. Este es el cambio más dramático del que se tenga memoria y que a la fecha no ha sido debidamente valorado. (Álvarez Larrondo, 2013, p. 141)

El artículo 42 revela una dimensión importante, al extenderse más allá del contrato de consumo tradicional. La relación de consumo incluye situaciones sin un vínculo contractual explícito, en las que las personas, como miembros de la sociedad de consumo, exigen el respeto de sus derechos como consumidores y usuarios, entre los que se incluyen la protección de la salud, la seguridad, los intereses económicos, la información precisa y veraz, la libertad de elección y un trato equitativo y digno. Luego de haber sido elevados a un estatus superior con la reforma de 1994, el Estado debe actuar como el principal garante. De esta manera, la norma constitucional subraya la naturaleza jurídica de la protección, al reconocer en el artículo 42 que se trata de derechos subjetivos constitucionales, directamente exigibles y aplicables sin necesidad de legislación adicional.

La ausencia de una enumeración exhaustiva o enunciativa de estas prerrogativas en nuestra carta magna asegura que la protección general de los "consumidores" y "usuarios" esté garantizada constitucionalmente, abarcando también todas las estructuras concretas y subjetivas para su defensa bajo esta categoría de rango superior. Otorgando a los dos grupos el mismo nivel de protección legal, la ley asegura la protección en diversas situaciones y relaciones jurídicas, utilizando ambos términos de manera indistinta para mantener una terminología uniforme en el contexto legal.

La segunda parte del mandato constitucional estipula que las autoridades deben asegurar la protección de los derechos mencionados en el primer inciso, y encomienda al Estado implementar políticas específicas para las que deberá establecer distintas infraestructuras institucionales. Además de promover la educación para el consumo –lo que implica la formación y concienciación de los consumidores para que tomen decisiones

informadas y responsables al adquirir bienes y servicios—, debe defender la competencia frente a distorsiones del mercado —fomentando una competencia justa y equitativa entre empresas, beneficiando a los consumidores con más opciones y precios justos—, controlar monopolios naturales y legales —supervisando y regulándolos para evitar abusos de posición dominante y proteger a los consumidores de prácticas anticompetitivas—, garantizar la calidad y eficiencia de los servicios públicos —asegurando que servicios esenciales como agua, energía, transporte y salud se ofrezcan de manera eficiente y con altos estándares de calidad—, apoyar la formación y operación de asociaciones de consumidores y usuarios que permitan una representación colectiva en la defensa de sus derechos e intereses, y asegurar la competencia y la calidad en los servicios públicos (Stiglitz, 2015).

Las políticas establecidas en el artículo 42, de intervención, control y regulación, se basan en la premisa de que el Estado debe proteger los derechos e intereses de los consumidores mediante medidas activas de intervención, verificación, control y regulación de los mercados. El objetivo es asegurar un acceso equitativo a bienes esenciales para toda la población (Rusconi, 2012), en concordancia con la supremacía del bloque legal, que incluye los artículos 42 y 75, inciso 22, de la Constitución nacional. Las autoridades deben garantizar condiciones mínimas de sustento y desarrollo para la población, utilizando todos los recursos disponibles. Esta obligación se alinea con el principio general del preámbulo constitucional, que se centra en el bienestar general y las responsabilidades del Estado para satisfacer el acceso a las necesidades básicas en el marco de la relación de consumo, garantizando derechos como la libertad de elección y el trato equitativo (art. 42).

La Constitución impulsa esta medida con el propósito de abordar las desigualdades presentes en las relaciones de consumo, las cuales surgen de la disparidad de recursos económicos y científico-técnicos entre las empresas proveedoras de bienes y servicios y los consumidores y usuarios. La influencia de la publicidad manipuladora y la existencia de monopolios, tanto naturales como legales, agravan la situación. Para equilibrar el mercado, es fundamental que el Estado intervenga.

El artículo 42, con carácter programático, impone al legislador el mandato de desarrollar y regular procedimientos efectivos para prevenir y resolver conflictos en la relación de consumo. Establece que la legislación deberá crear mecanismos eficaces para la resolución de conflictos y regular los servicios públicos de competencia nacional, incluyendo la participación de asociaciones de consumidores y usuarios, así como de las provincias, en los organismos de control. El último párrafo de esta cláusula constitucional remite a la futura legislación para el establecimiento de dichos procedimientos.

Para cumplir con el mandato de establecer procedimientos eficaces, se han implementado avances a través de instituciones que equilibran la asimetría entre consumidores y proveedores. Estas han introducido medidas protectoras procesales, como el acce-

so a la justicia gratuita, la teoría de las cargas dinámicas de la prueba, un procedimiento abreviado en la jurisdicción –trámite sumarísimo para las acciones judiciales de los consumidores–, buscando ofrecer un procedimiento más eficaz para la resolución de disputas, aunque no necesariamente más breve en cuanto a duración (Tambussi, 2014).

La inclusión explícita en el artículo 42 de los derechos de los consumidores y usuarios ha jerarquizado su importancia y exigencia incluso contra el propio Estado. Estos derechos-deberes deben ser respetados por las empresas en sus relaciones comerciales, y el Estado debe garantizar su cumplimiento mediante acciones concretas en todos los niveles de gestión (Gordillo, 2003). Ello genera dentro de nuestro ordenamiento jurídico un cambio de paradigma, que responde a la necesidad de fortalecer la protección de los consumidores debido a la degradación de su posición jurídica y la insuficiencia de los mecanismos de protección previos (Irigoyen, 1994).

Antes de esta reforma, el marco legal no era adecuado para salvaguardar de manera efectiva los derechos de los consumidores. Va de suyo que la sanción del Código Civil y Comercial de la Nación (Ley 26.994) representó un avance significativo, al consolidar el derecho del consumidor dentro de un enfoque constitucionalizado del derecho privado. Este código aplica el principio de diálogo de fuentes, integrando los derechos fundamentales en el ordenamiento jurídico y ofreciendo una perspectiva más cohesiva que promueve la protección de los derechos de los consumidores. Ha alineado la normativa constitucional con el derecho privado, creando un sistema jurídico más coherente y equitativo, y proporcionando una norma mínima de seguridad y adecuación para los servicios y productos en mercados abiertos, tanto nacionales como importados (Jayme, 1995).

Con la integración de los tratados internacionales en el inciso 22 del artículo 75 de la Constitución y la elevación del derecho del consumidor al rango de los derechos de tercera generación, o constitucionalismo social, que abarca derechos como un trato justo, la protección de intereses económicos y el acceso a la justicia, Argentina se alinea con las directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor de 1985 y 2015, que establecen la responsabilidad de los Estados de implementar políticas robustas.

El reconocimiento constitucional otorga al derecho del consumidor un rol primordial en la regulación del mercado, centrado en el principio de protección al consumidor, que promueve la solidaridad social y la lucha contra la marginación, el hambre y la pobreza, con el Estado como principal garante (Stiglitz y Sahián, 2020).

La Constitución nacional refuerza esta protección con el artículo 43, que otorga derechos de incidencia colectiva y establece procedimientos ágiles para su defensa al introducir la acción de amparo para proteger los derechos de los consumidores en ausencia de otros mecanismos judiciales adecuados. La combinación de los artículos 42 y 43 convierte el amparo en un instrumento eficaz para resolver conflictos de consumo, garantizando respuestas oportunas y eficientes. La constitucionalización de estos dere-

chos refleja una transformación del Estado argentino de un modelo liberal y capitalista hacia uno social, evidenciando un cambio hacia una sociedad más centrada en el consumo y la protección del sujeto vulnerable en la relación de consumo.

III - PALABRAS DE CIERRE

La reforma constitucional de 1994 en Argentina consolidó el derecho del consumidor, arraigándolo en principios constitucionales para reducir desigualdades. En un contexto nacional a menudo convulsionado, la práctica de estos principios refleja el compromiso con ideales sociales y fomenta el debate y la mejora continua. Los artículos 42 y 43 han mejorado la situación del consumidor frente a proveedores, constituyendo una respuesta progresista a desafíos contemporáneos y contribuyendo a una sociedad más inclusiva y preocupada por el bienestar general.

Clasificado como derecho de tercera generación, el derecho del consumidor busca restablecer el equilibrio en las relaciones de consumo y se reconoce como fundamental, derivado de los principios de derechos humanos. Su perspectiva solidaria destaca la función social del derecho, alineando los intereses individuales con el interés público del Estado. El jurista Bartolomé Fiorini (1979) aboga por un intervencionismo administrativo para promover el bienestar colectivo, mientras que Augusto M. Morello (2000) subraya que el derecho del consumidor busca un equilibrio integral en el mercado, proporcionando protección intensiva y herramientas jurídicas efectivas para beneficiar a toda la población.

Es por todo ello que la Constitución nacional, a partir de la reforma de 1994, impacta en los principios del derecho del consumidor, encapsula la búsqueda del ideal de justicia en el mercado y las relaciones económicas, no solo desde un enfoque regulatorio, sino también desde una perspectiva que equilibra aspectos económicos, humanos y sociales.

REFERENCIAS

- ALEX, R. (2009). Sobre los derechos constitucionales a protección. En R. García Manrique (Ed.), *Derechos sociales y ponderación*. Fundación Coloquio Jurídico Europeo.
- ÁLVAREZ LARRONDO, F. M. (2013). Leyes de defensa del consumidor y de seguros. Una tensión constante en el derecho argentino. *Revista Prolegómenos - Derechos y Valores*, 32 (XVI).
- BIDART CAMPOS, G. J. (1998). *Manual de la Constitución Reformada* (tomo II). Ediar.
- CORREA, J. L. (2013). Franquicia. La Suprema Corte ha consolidado su posición respecto a la validez de la franquicia y su oponibilidad al tercero demandante. *La Ley*.
- FIORINI, B. (1979). *Derecho Administrativo* (2ª ed. actualizada, tomo II). Abeledo-Perrot.
- GORDILLO, A. (2003). *Tratado de Derecho Administrativo* (6ª ed., tomo 2). Fundación de Derecho Administrativo.

- HERNÁNDEZ, C. A. (2015). Relación de consumo. En G. A. Stiglitz y C. Hernández (dirs.). *Tratado de Derecho del Consumidor* (tomo I). La Ley.
- IRIGOYEN, R. (1994). Fundamento de la cláusula constitucional sobre defensa del consumidor. *La Ley*, 1994-E.
- JAYME, E. (1995). Identité culturelle et intégration: Le droit internationale privé postmoderne. *Recueil des Cours*, Vol. 251. Académie de Droit International de la Haye.
- MORELLO, A. M. (2000). El acceso del consumidor a la justicia. *Reglas para la defensa de los consumidores y usuarios*, 3. Juris.
- PÉREZ LUÑO, A. E. (2004). *Los derechos fundamentales*. Tecnos.
- QUAGLIA, M. C. (2006). La obligación de seguridad y el deber de información en la relación de consumo. *Revista de Responsabilidad Civil y Seguros*. La Ley
- QUIROGA LAVIÉ, H., BENEDETTI, M. Á. y CENICACELAYA, M. de las N. (2001). *Derecho Constitucional Argentino* (tomo I). Rubinzal-Culzoni.
- RUSCONI, D. (13 de septiembre de 2012). Ponencia dirigida a la Comisión Bicameral para la Reforma, Actualización y Unificación de los Códigos Civil y Comercial de la Nación, Audiencia Pública. Rectorado de la Universidad Nacional de La Plata. http://ccycn.congreso.gob.ar/export/hcdn/comisiones/especiales/cbunificacioncodigos/ponencias/laplata/pdfs/21_DANTE_RUSCONI.pdf
- STIGLITZ, G. A. (2015). Derechos de los consumidores. Reconocimiento internacional. Incidencia de los Tratados. En G. A. Stiglitz y C. Hernández (dirs.), *Tratado de Derecho del Consumidor* (tomo I). La Ley.
- STIGLITZ, G. A. y SAHIÁN, J. H. (2020). *El nuevo derecho del consumidor*. La Ley.
- TAMBUSSI, C. E. (2009). *El consumo como derecho humano*. Universidad.
- TAMBUSSI, C. E. (2014). Nuevos mecanismos de garantías en el derecho del consumo. Primer abordaje a la ley 26.993. *La Ley*.

