

## **CAMBIO DE PARADIGMA EN LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR: TRATO DIGNO**

*Dra. Anabella Galván\**

### **I. PALABRAS PREVIAS:**

En tiempos de integración regional, Argentina avanza a paso firme junto a sus pares latinoamericanos, profundizando el cambio de paradigma económico, social y cultural. En este marco, los derechos de los consumidores, estrechamente vinculados a los derechos humanos, constituyen una pieza fundamental del círculo virtuoso “Consumo, Trabajo y Producción”

En consecuencia, la defensa de esta clase de derechos, frente a las prácticas abusivas desarrolladas por las empresas en virtud de su posición dominante dentro de la relación de consumo, requiere la presencia y el rol activo del Estado, pues de lo contrario, estos derechos no serían más que meras declaraciones de buenos propósitos.

Así es que, teniendo en cuenta la experiencia en esta materia de países como Brasil<sup>1</sup>, Paraguay<sup>2</sup> y Uruguay<sup>3</sup>, en coordinación con los tratados internacionales sobre derechos humanos, especialmente los relativos a cuestiones de discriminación y derechos personalísimos, en el 2008 al modificarse la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor, se incorporó el art. 8 bis que exige condiciones de atención, de trato digno y equitativo, todo ello fundado en la vulnerabilidad que revisten los consumidores y usuarios como sujetos de derecho.

### **II. TRATO DIGNO Y EQUITATIVO:**

El bien jurídico aquí tutelado, es un derecho que hace al reconocimiento de los consumidores como ciudadanos, el cual tiene raigambre constitucional por cuanto el Art. 42 de la Carta Magna dispone en su primer párrafo que *“Los consumidores y usuarios de bienes y servicios, tienen derecho, en la relación de consumo...a condicio-*

*nes de trato equitativo y digno...”*. Nuestra Constitución al utilizar la expresión “trato digno” se refiere a un aspecto social o externo, es decir al honor y el respeto que se le debe a la persona, siendo la dignidad un principio elemental y de carácter supraestatal<sup>4</sup>.

Asimismo, el derecho a la dignidad también puede considerarse uno de los derechos constitucionales no enumerados, comprendidos en el Art. 33 del plexo constitucional<sup>5</sup> y fuente de otros derechos, como es el derecho al honor. En el mismo orden de ideas, la Declaración Universal de Derechos Humanos, establece en su artículo 11, que toda persona tiene derecho a su dignidad. Por su parte, el pacto Internacional de Derecho Civiles y Políticos y el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales declararon la “dignidad inherente a la persona humana”

En todos los casos, se toma el concepto de “trato digno” como carácter humano indelegable, independientemente de la situación concreta en que el individuo se encuentre.

El nuevo artículo 8 bis de la ley 24.240 introducido por la ley 26.361 establece que “los proveedores deberán garantizar condiciones de atención y trato digno y equitativo a los consumidores y usuarios”, este derecho genera el deber de los proveedores de garantizar condiciones de atención, trato digno, equitativo y no discriminatorio a los consumidores o usuarios.

Continúa la norma en su espíritu innovativo agregando como obligación a los proveedores “...Abstenerse de desplegar conductas que coloquen a los consumidores en situaciones vergonzantes, vejatorias o intimidatorias...” De este modo, el legislador articula el concepto de trato digno con el de prácticas abusivas, que refiere a

\* Autora: **Dra. ANABELLA GALVÁN**, abogada e integrante de IDEAL (llevó adelante la causa en representación del Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, Secretaría de Comercio)

actitudes o conductas del proveedor respecto de la comercialización, suministro de información, etc. Es preciso destacar que el concepto de práctica abusiva difiere de cláusula abusiva.

Luego establece como obligación de los proveedores respecto a consumidores o usuarios extranjeros “...No podrán ejercer sobre los consumidores extranjeros diferenciación alguna sobre precios, calidades técnicas o comerciales o cualquier otro aspecto relevante sobre los bienes y servicios que comercialicen. Cualquier excepción a lo señalado deberá ser autorizada por la autoridad de aplicación en razones de interés *general debidamente fundadas*...” De este modo la protección que se efectúa en relación a los consumidores extranjeros tiende sin lugar a dudas, al resguardo de la actividad socioeconómica, en consonancia con lo establecido por la ley nacional de turismo 25.997, que considera al turismo receptivo una actividad de exportación no tradicional para la generación de divisas y una prioridad dentro de las políticas del estado. Sin embargo, el mismo artículo establece la excepción para el caso de discriminación de precios, calidades u otros se encuentre autorizada por la Autoridad de Aplicación debidamente fundada por razones de interés general. No obstante, sin perjuicio del tratamiento igualitario, los consumidores extranjeros gozan también, en el territorio de la Nación, de todos los derechos civiles del ciudadano.

Otra cuestión, que vale destacar, es el caso de los reclamos extrajudiciales de deudas, efectuados por los proveedores, respecto de los cuales la Ley 24.240 dispone “...deberán abstenerse de utilizar cualquier medio que les otorgue la apariencia de reclamo judicial...” a fin de que el consumidor no caiga en error o engaño sobre la naturaleza del reclamo, esto es, por ejemplo: enviar una comunicación por carta simple que se rotule “cédula documentada”. Ello tiene fundamento en el abuso de derecho y en el impedimento de aparentar situaciones intimidatorias, dado que la realidad comercial mostró con cierta asiduidad que en materia de reclamos extrajudiciales de deudas, la documentación privada que cursaba la firma comercial al consumidor guardaba la apariencia de instrumentos de naturaleza procesal aludiendo a supuestas acciones judiciales en curso.

Luego, incluye el articulado, “...Tales conductas, además de las sanciones previstas en la presente ley, podrán ser pasibles de multa civil establecida en el art 52 bis de la presente norma, sin perjuicio de otros resarcimientos que correspondieren al consumidor, siendo ambas

*penalidades extensivas solidariamente a quien actuare en nombre del proveedor*”. Ello responde a que la relación de consumo no tiene origen solo en un contrato de consumo, sino también en cualquier hecho o acto jurídico vinculado a un acto de consumo. En consecuencia, puede decirse entonces que, la inclusión de esta figura es absolutamente compatible con la finalidad de las normas de consumo, las que despliegan su actividad tanto en el área de la prevención como de la reparación.

### III. FALLO EDENOR S.A.:

La Unión de Usuarios y Consumidores presentó una denuncia contra Edenor, empresa que durante mayo de 2009, había colocado carteles adhesivos con la leyenda “cliente moroso” en los medidores de los usuarios de la distribuidora.

En la presentación de la denuncia ante la Subsecretaría de Defensa del Consumidor de la Nación, la Unión de Usuarios y Consumidores consideraba que se trataba de un “menosprecio a los consumidores”, y por lo tanto representaba una violación del artículo 8 bis de la ley 24.240 de Defensa del Consumidor, que afirma el derecho al trato digno de los consumidores y condena las prácticas abusivas e intimidatorias.

Ante dicha presentación, la Dirección de Defensa del Consumidor de la Subsecretaría de Defensa del Consumidor instruyó una medida cautelar, mediante la cual resolvió intimar a Edenor a abstenerse de continuar “identificando, señalando o evidenciando públicamente o respecto de terceros ajenos a la relación de consumo la eventual situación de deuda o morosidad de los usuarios de la empresa...Asimismo -continúa el texto de la medida- Edenor deberá remover inmediatamente los carteles o indicadores que a la fecha de la notificación se encuentren adheridos en los medidores o frentes de viviendas de cualquier deudor moroso de la empresa”<sup>6</sup>

Finalmente, la autoridad de aplicación de la ley 24240, es decir la Dirección Nacional de Comercio Interior acertadamente impone a EDENOR S.A., una multa de quinientos mil pesos, por infracción al artículo 8 bis de la Ley 24240, materializando una vez más, la decisión política de proteger al consumidor como sujeto de derecho y fundamentalmente como elemento clave del mencionado círculo virtuoso.

En consecuencia, EDENOR S.A. interpone Recurso Directo ante la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Contencioso Administrativo Federal, Sala II, que con atino resolvió confirmar la multa impuesta, fundándose en que”; *“...El accionar de la empresa constituye una práctica vejatoria vedada por el artículo 8 bis de la ley 24.240 al pretender colocar a los usuarios en una situación pública vergonzantes al divulgar frente a terceros sea directa o indirectamente, su supuesta situación, lo que atenta contra la tranquilidad y dignidad del consumidor que la norma citada claramente quiere proteger...”* y *“...Es de público conocimiento que por lo general, y tal como surge asimismo de las muestras fotográficas glosadas a la causa, que los medidores se encuentran ubicados en la fachada externa de las viviendas y en lugares visibles para el público por lo que, tanto la leyenda como los colores utilizados en los stickers no hacen sino evidenciar la clara intención de coaccionar por esa vía a los usuarios al exponer públicamente su supuesta situación de morosidad. Tal accionar sin duda alguna constituye una práctica vejatoria vedada por el artículo 8º bis de la Ley 24.240 al pretender colocar a los usuarios en una situación pública vergonzante al divulgar frente a terceros – sea directa o indirectamente – su supuesta situación, lo que atenta contra la tranquilidad y dignidad del consumidor que la norma citada claramente quiere proteger.”* y *“No existe duda alguna que se encontraba al alcance de la encartada otros medios más apropiados para pretender perseguir el cobro de las sumas que sostiene le eran adeudadas debiendo extremar la cautela en tal sentido máxime ante el dictado de la medida precautoria que fuera reseñada (planteo judicial por parte del Defensor del pueblo de la nación con el que obtuvo el dictado de una medida cautelar que prohíbe el corte del servicio por falta de pago)”*

#### IV. CONCLUSIÓN:

Es una realidad palpable que en las relaciones de consumo existen marcadas asimetrías, en desmedro de los derechos de los consumidores. En virtud de ello, la incorporación del artículo 8 bis, a través de la reforma de la Ley 24.240 en el año 2008, que incorporó a las infracciones tipificadas por la ley, el mandato constitucional de brindar trato equitativo y digno al consumidor, viene a proteger la dignidad del hombre.

La efectiva aplicación del articulado de dicha ley y su plexo normativo, junto a las políticas de acceso popular al consumo, producción y trabajo, son claros ejemplos del rol activo del Estado, siendo la defensa de los consu-

midores una herramienta clave al momento de profundizar este proyecto de inclusión y ampliación de derechos, iniciado en el 2003 por Néstor Kichner y conducido hoy por la Presidenta Cristina Fernández.

Entonces, teniendo un Estado presente, que tutela en forma efectiva nuestros derechos como consumidores, como tales, debemos tomar también un rol activo, conocer nuestros derechos, ejercerlos, exigir su cumplimiento y tomar conciencia de la importancia de organizarnos como consumidores.

---

1 Código de Defensa del Consumidor del Brasil.

2 Ley 1334 de Defensa del Consumidor y del Usuario.

3 Ley 17.189 Normas Relativas a las Relaciones de Consumo.

4 Andrea I. Imbrogno “Derecho del Consumidor, la obligación de un trato equitativo y digno”. Universidad Nacional del Centro. 2005.-

5 Sagues Néstor Pedro; “Elementos de Derecho Constitucional”, Tomo 2, pag. 341, Astrea, 2001.-

6 <http://www.consumidor.gov.ar/la-subsecretaria-de-defensa-del-consumidor-intimo-a-edenor-a-terminar-con-una-practica-abusiva/>