

DIMENSIÓN CONSTITUCIONAL DE LA TUTELA A LOS CONSUMIDORES



DIÁLOGO CON LOS DERECHOS
HUMANOS

AUTOR
JOSÉ HUMBERTO SAHIÁN

THOMSON REUTERS
LA LEY

ÍNDICE GENERAL

<i>Curriculum vitae</i>	IX
Agradecimientos.....	XXI
Abreviaturas.....	XXIII
Prólogo	XXV
La efectiva protección de los consumidores en el Estado constitucional....	XXVII

INTRODUCCIÓN

Introito metodológico	1
Breve exordio sobre el derecho del consumidor	2

CAPÍTULO PRIMERO

NOCIONES GENERALES SOBRE LOS DERECHOS HUMANOS Y FUNDAMENTALES

I. Evolución de los derechos humanos.....	13
II. Criterios de clasificación de los derechos humanos.....	15
1. Clasificación por generación	15
2. DCP y DESC	19
III. Derechos "sociales-fundamentales"	24
IV. La "constitucionalización" de los derechos humanos: alcance del control de convencionalidad.....	32
V. Principio de progresividad.....	40
1. Aproximación conceptual y normativa.....	40
2. No regresividad.....	49
3. Irreversibilidad de las conquistas sociales	53
4. Ampliación del ámbito de aplicación de la prohibición de regresividad.....	58
5. Mecanismo de control de regresividad.....	67

CAPÍTULO SEGUNDO

TUTELA INTERNACIONAL Y SUPRANACIONAL
DE LOS CONSUMIDORES

I. Organismos internacionales y los consumidores.....	75
1. Naciones Unidas.....	75
2. Consejo de Europa.....	80
3. Sistema Interamericano de Derechos Humanos.....	84
II. Defensa supranacional de los consumidores.....	85
1. Unión Europea.....	85
A. Derecho originario.....	85
B. La Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea....	91
C. Derecho derivado.....	94
D. Caracteres del Derecho del Consumidor en la UE.....	99
E. El Derecho del Consumidor en el TJUE.....	103
a. Exigencia imperativa.....	106
b. Facultades judiciales amplias en cuestiones contrac- tuales.....	109
2. Mercosur.....	114
3. Otros sistemas regionales americanos de integración.....	117
A. Tratado de Libre Comercio de América del Norte.....	117
B. Comunidad Andina de Naciones.....	120
C. Comunidad del Caribe.....	120
D. Área de Libre Comercio de las Américas.....	121

CAPÍTULO TERCERO

LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES
EN EL DERECHO CONSTITUCIONAL COMPARADO

I. Europa.....	123
1. Alemania.....	124
2. Bulgaria.....	125
3. Chipre.....	125
4. Francia.....	126
5. Italia.....	127
6. Lituania.....	127
7. Polonia.....	128
8. Portugal.....	128
9. Suecia.....	131
10. Otros países europeos.....	132
II. Latinoamérica.....	133
1. Bolivia.....	133

2. Brasil.....	134
3. Colombia.....	137
4. Costa Rica.....	141
5. Ecuador.....	142
6. El Salvador.....	146
7. Guatemala.....	146
8. Honduras.....	148
9. México.....	149
10. Nicaragua.....	150
11. Paraguay.....	150
12. Perú.....	151
13. Venezuela.....	154
14. Otros países latinoamericanos.....	155
III. Síntesis.....	155

CAPÍTULO CUARTO

DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES EN EL MODELO
CONSTITUCIONAL ESPAÑOL

I. Debate constituyente.....	160
II. Marco filosófico-ideológico del art. 51.....	161
III. Ubicación metodológica del art. 51.....	163
IV. Principios rectores de la política social y económica.....	168
V. Naturaleza de la protección de los consumidores en el régimen consti- tucional español.....	175
VI. Contenido del art. 51.....	186
VII. Desarrollo legislativo del mandato constitucional.....	192
VIII. La defensa del consumidor como título constitucional competencial....	197

CAPÍTULO QUINTO

LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES
EN LA CONSTITUCIÓN ARGENTINA

I. "Constitucionalización" del derecho del consumidor.....	199
II. Importancia del artículo 42.....	202
III. Contenido de la norma.....	207
1. Primer párrafo.....	207
A. Relación de consumo.....	207
B. Carácter de la "enumeración".....	209
C. Naturaleza jurídica de los "derechos" de los consumidores ...	211

2. Segundo párrafo	211
A. Segunda enumeración	212
B. Legitimación pasiva	213
a. El Estado como proveedor	213
b. El Estado como garante	216
3. Tercer párrafo	219
A. Procedimientos eficaces	219
B. Justicia gratuita	221
C. Participación en el control de servicios públicos	225
IV. "Fundamentalidad" de los derechos contenidos en el artículo 42	228
V. Jerarquía constitucional implícita	230
VI. Principio "pro consumidor"	233
VII. Tutela por vía de amparo	236
VIII. Naturaleza colectiva	238
IX. Cuestión de competencia	243
X. El nuevo Código Civil y Comercial	244
1. El tercero expuesto a la relación de consumo	248
A. Aproximación conceptual	248
B. Origen del <i>bystander</i>	251
a. Derecho argentino	251
b. Derecho comparado	252
C. Alcance de la figura	253
a. Defensa frente a campañas publicitarias o prácticas comerciales	253
b. Seguridad en producto o servicio introducido al mercado	254
c. Víctima de accidente (de tránsito). Relación del damnificado con el asegurador	255
d. Otros casos	260
D. El <i>bystander</i> en el Código Civil y Comercial	261
E. Controversia constitucional	264
a. Test de constitucionalidad	264
b. Test de convencionalidad	268
c. Test de no reversibilidad	269
2. El caso de la prescripción liberatoria	271
3. Daño directo	281

CAPÍTULO SEXTO

DERECHOS SUBJETIVOS DE LOS CONSUMIDORES

I. Conexión de los derechos de los consumidores con otros derechos	285
II. Derecho a la salud, integridad y seguridad	289
III. Intereses económicos	300

IV. Derecho a la información	303
V. Libertad de elección	310
VI. Trato equitativo y digno	313
VII. Derecho a la educación	324
VIII. Derecho a agruparse, formar asociaciones y ser oídos	326
IX. Acceso al consumo	331
1. Nivel de vida adecuado y medios de subsistencia	345
2. Servicios públicos	348
X. Tutela efectiva	353
XI. Protección en situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión. Subconsumidores	357
XII. Derecho a la indemnización	364
XIII. Otros derechos	365

CAPÍTULO SÉPTIMO

EFICACIA Y FUNCIONES DE LAS NORMAS CONSTITUCIONALES DE DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES

I. El derecho del consumidor como parámetro de control de constitucionalidad de la ley	367
II. La normativa constitucional de protección al consumidor como criterio interpretativo	386
III. Límite a la libertad de empresa	397
IV. Restricción a otras libertades	406
1. Libertad de circulación	406
2. Libertad de contratación	408

CAPÍTULO OCTAVO

CONTROL DE REGRESIVIDAD DE LA REGLAMENTACIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

I. Naturaleza de los derechos de los consumidores: nuevos paradigmas	411
1. Aproximación entre los conceptos de "consumidor", "ciudadano" y "persona"	412
2. La sustancia "colectiva" de los intereses de los consumidores	417
3. Los derechos de los consumidores como "nuevos" derechos sociales	420
4. Paralelismo entre los derechos de los consumidores y los ambientales	423

5. La dignidad como justificativo de los derechos de los consumidores	432
6. Los derechos de los consumidores como "fundamentales"	437
II. Los derechos de los consumidores como derechos humanos.....	442
III. Fundamentación "positiva" para la aplicación de principios tutelares de los derechos humanos a los consumidores	455
1. Derechos humanos no enumerados.....	459
2. Solapamiento de derechos	461
3. Nivel de vida adecuado	463
IV. Expansión del principio de progresividad e irreversibilidad a los derechos de los consumidores	465

CAPÍTULO NOVENO

CONCLUSIONES

I. Nuevos paradigmas del derecho de los consumidores.....	479
II. Tendencias de los derechos humanos	481
III. Vinculación entre derechos de los consumidores y derechos humanos.....	483
IV. Disímil recepción de los derechos de los consumidores en los sistemas comparados.....	484
V. Fundamentalidad de los derechos de los consumidores en el régimen argentino	487
VI. Heterogeneidad de los derechos subjetivos de los consumidores	488
VII. Expansión del principio de progresividad e irreversibilidad.....	490

ANEXO

Jurisprudencia anotada	497
1. Tribunal Europeo de Derechos Humanos.....	497
2. Corte Interamericana de Derechos Humanos	498
3. Tribunal de Justicia de la Unión Europea	499
4. Tribunales nacionales europeos	502
5. Tribunales nacionales americanos	503
6. Tribunales españoles	507
A. Tribunal Constitucional español.....	507
B. Tribunal Supremo español.....	510
7. Tribunales argentinos	513
Bibliografía citada.....	529