

**1ª EDICIÓN**

**FERNANDO E. SHINA**

# **Los contratos de adhesión**

**CONFLICTOS DERIVADOS DEL CONTRATO «NO LEÍDO»**

LA FRAGMENTACIÓN DEL CONTRATO CLÁSICO  
EN EL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL. LAS CUESTIONES MÁS IMPORTANTES  
DE LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN. EL CONTRATO DE SEGUROS  
COMO EMBLEMA DEL CONTRATO DE ADHESIÓN ABUSIVO.  
JURISPRUDENCIA SELECCIONADA

EN ANEXO

**MODELOS DE CLÁUSULAS ABUSIVAS MÁS FRECUENTES**

**DERECHOS  
DEL CONSUMIDOR**

**1**

**FERNANDO E. SHINA  
DIRECCIÓN**

**hammurabi**  
JOSE LUIS DEPALMA EDITOR

## ÍNDICE GENERAL

<b>PRESENTACIÓN DE LA COLECCIÓN</b> .....	9
<b>ABREVIATURAS</b> .....	17

### CAPÍTULO I

#### **LA FRAGMENTACIÓN DEL CONTRATO CLÁSICO EN EL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL**

§ 1. El ocaso de la clásica teoría general del contrato .....	19
a) Introducción .....	19
b) El contrato en el Código Civil y Comercial .....	23
§ 2. Las reglas propias de cada tipo contractual .....	25
a) Los principios rectores del contrato paritario .....	26
1. Libertad contractual .....	26
2. Efecto vinculante .....	29
3. Principio de no intervención .....	30
4. Efecto relativo .....	31
b) Los principios rectores del contrato de adhesión .....	32
1. Definición .....	33
2. La redacción clara y comprensible .....	34
3. La clasificación de las cláusulas que integran el contrato .....	35
4. La interpretación especial de los contratos de adhesión .....	36
5. Las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión .....	37
6. La intervención e integración judicial de los contratos de adhesión .....	38
c) Los contratos de consumo .....	38
— La condición rupturista de las relaciones jurídicas de consumo .....	38
d) Los contratos conexos .....	41
1. Una nueva ruptura del sistema contractual clásico .....	41
2. Los contratos conexos en la doctrina nacional .....	43

§ 3. La constitucionalización del contrato privado .....	45
§ 4. La Corte Suprema y la regresión jurídica .....	48
a) Crónica de una doctrina regresiva (2014-2018) .....	48
b) Los aspectos relevantes de la doctrina regresiva .....	50

## CAPÍTULO II

LAS CUESTIONES MÁS IMPORTANTES  
DE LOS CONTRATOS DE ADHESIÓN

§ 5. Una mirada distinta de los contratos de adhesión .....	53
§ 6. Los contratos de adhesión en la doctrina norteamericana .....	54
§ 7. Los contratos de adhesión en el Código Civil y Comercial .....	59
a) La definición del Código Civil y Comercial .....	61
b) Las cláusulas particulares y negociadas dentro de un contrato de adhesión .....	62
c) La interpretación <i>contra proferentem</i> .....	63
d) Las cláusulas abusivas en la estructura del contrato de adhesión .....	70
e) La integración judicial como limitación de la libertad contractual .....	73
1. Planteo de la cuestión .....	73
2. La integración .....	74
3. El control de legalidad .....	75
§ 8. Los contratos no leídos y la responsabilidad .....	75
a) Los problemas jurídicos derivados de la no lectura de los contratos .....	75
b) ¿Los contratos que no se leen, no son obligatorios? .....	76
c) «La obligación de informar» vs. «La omisión de informarse» .....	78
d) La buena fe y el abuso de derecho en los contratos de adhesión .....	78
1. Posiciones .....	79
I. Posición clásica .....	79
II. Posición tutelar .....	81
2. ¿Cómo equilibrar las obligaciones del estipulante con los deberes del adherente? .....	82
I. El optimismo es un arma de doble filo .....	82
II. Las trampas de la información que no informa nada .....	84
III. La buena fe en los tiempos de la revolución informática .....	85
3. Los diagnósticos correctos y las posibles soluciones .....	89
4. ¿Qué saben y qué no saben los consumidores que consienten un contrato de adhesión? .....	91
5. Conclusión provisoria sobre la buena fe .....	93
e) El consentimiento del contrato y las expectativas .....	93
1. La necesidad de reformular la labor jurisdiccional .....	94
2. Las expectativas de los usuarios y las publicidades .....	96
3. El consumo de ofertas que nadie demanda .....	98
4. La responsabilidad en los tiempos de los contratos que no se leen .....	99
5. El derecho norteamericano. «The Restatements of Law» .....	101
6. Posibles soluciones para el derecho argentino .....	102
§ 9. Epílogo .....	104

## CAPÍTULO III

EL CONTRATO DE SEGUROS COMO EMBLEMA  
DEL CONTRATO DE ADHESIÓN ABUSIVO

§ 10. Presentación de un capítulo que resulta tan adicional como complementario .....	107
§ 11. La universalidad de la ley 24.240 .....	108
a) Introducción .....	108
b) El tercero expuesto a la relación de consumo (el <i>bystander</i> ) .....	110
1. Las normas en juego .....	111
I. El art. 1º de la ley 24.240 modificado por la ley 26.361 .....	111
— El <i>bystander</i> y el mayor acceso a la justicia .....	113
II. El art. 1º de la Ley de Defensa del Consumidor luego de la reforma de la ley 26.994 .....	114
— Los casos dudosos .....	114
III. El <i>bystander</i> en el Código Civil y Comercial .....	115
2. La definición de consumidor y los recursos idiomáticos .....	117
3. Los motivos reales que limitaron la legitimación del «tercero expuesto» .....	118
4. Un <i>bystander</i> vaciado de contenido .....	122
§ 12. La acción directa de las víctimas de accidentes de tránsito contra las aseguradoras .....	123
a) Introducción .....	123
b) El art. 1027 del CCCN y la teoría general del contrato .....	124
c) Análisis del texto legal .....	125
1. ¿Quién es el beneficiario? .....	125
2. ¿Quién es el promitente? .....	126
3. ¿Quién es el estipulante? .....	126
4. La aceptación y el rechazo del beneficiario .....	126
5. La revocación del estipulante .....	127
d) Reflexiones críticas .....	128
e) Las víctimas de accidentes como usuario del servicio .....	128
1. La teoría de Waldo Sobrino .....	128
2. La posición intermedia de Alejandro Chamatropulos .....	130
3. Nuestra posición .....	130
§ 13. Conclusiones .....	133

## ANEXO I

## JURISPRUDENCIA SELECCIONADA

1. Contratos conexos .....	137
2. Cláusulas abusivas .....	139
3. Contrato de seguro .....	139
4. Seguros .....	140
a. Exclusiones .....	140
b. Limitación de cobertura .....	141
c. Exclusión por parentesco .....	142
d. Destrucción total .....	143

5. Interpretación de los contratos de adhesión .....	144
6. Cláusulas comprensibles .....	145
7. Regla <i>contra proferentem</i> .....	145
8. Cláusula sorpresiva .....	145
9. Cláusulas particulares .....	146
10. Baja de los servicios .....	146
11. Limitación de la responsabilidad .....	147
12. Revisión judicial de oficio .....	147
13. Libertad contractual .....	148
14. Buena fe .....	150
15. Efecto relativo de los contratos .....	151
16. Seguros y derecho del consumidor .....	153
17. Intereses abusivos .....	154
18. Posición dominante .....	154
19. Intervención e integración contractual .....	155
20. Prácticas abusivas .....	155
21. Desnaturalización de las obligaciones .....	156
22. Oponibilidad. Inoponibilidad a los terceros .....	157
23. Pagaré de consumo .....	157
24. Plenario .....	158

## ANEXO II

**MODELOS DE CLÁUSULAS ABUSIVAS  
MÁS FRECUENTES**

1. Presentación .....	161
2. La Res. 53/03 de la Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor .....	162
3. La Res. 9/04 de la Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor. El servicio de telefonía móvil. La medicina prepaga. Los servicios financieros y bancarios .....	164
4. Las cláusulas abusivas enumeradas en la ley 25.065 de Tarjetas de Crédito .....	166
5. Las cláusulas abusivas contempladas en la ley 26.682 de Medicina Prepaga .....	167
6. Las cláusulas abusivas detectadas en la doctrina. Los seguros y los servicios bancarios y financieros .....	169

<b>BIBLIOGRAFÍA GENERAL</b> .....	173
-----------------------------------	-----