
CONTRATOS CONCERTADOS FUERA DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL Y TITULOS VALORES: Protección al consumidor versus Seguridad del Tráfico Jurídico en el Derecho Uruguayo

VEIGAN G. EULA

Master en Derecho de la Empresa

SUMARIO

- I. A MODO DE INICIO. II. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA Y ENCUADRE Y RECONOCIMIENTO DE LAS BASES FACTICAS Y CONCEPTUALES. III. LOS CONSUMIDORES, SUS INTERESES ECONÓMICOS Y DERECHOS RELACIONADOS AL TEMA. IV. CONSUMIDORES. V. CUATRO DERECHOS BÁSICOS DE LOS CONSUMIDORES: EDUCACIÓN - DIVULGACIÓN - LIBERTAD - IGUALDAD. VI. OTROS DERECHOS : LITERALES C) Y D) DEL ART. 6 LEY 17.250. VII. LOS SUJETOS DE LA "RELACIÓN JURÍDICA DE CONSUMO": "EL CONSUMIDOR", BENEFICIARIO DE TUTELA. VIII. NOCIÓN DE PROVEEDOR. IX. CONTRATOS CELEBRADOS FUERA DEL ESTABLECIMIENTO: HIPÓTESIS DE HECHO INCLUIDAS EN LA NORMA. X. PLAZO DE REFLEXIÓN - RESCISIÓN O RESOLUCIÓN - DEVOLUCIÓN DE LAS PRESTACIONES - NEGOCIOS JURÍDICOS CONEXOS. XI. TÍTULOS VALORES. NOCIONES GENERALES - LA ABSTRACCIÓN. XII. PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR "VERSUS" SEGURIDAD JURÍDICA "BUENA FE" Y RESPONSABILIDAD. XIII. CONCLUSIONES.

I. A MODO DE INICIO

Nos ha tocado vivir en una era y en una realidad caracterizadas por la sucesión de múltiples y vertiginosas transformaciones en todos los ordenes.

Por un lado, el advenimiento de cambios tecnológicos, la contratación electrónica, la globalización, una mayor complejidad en las relaciones entre empresas (especiales vínculos), la utilización del marketing, el comercio electrónico, la masificación, de nuevas formas de contratación, la economía de mercado; por otro lado, una retracción en el aparato Estatal que cede espacio a la actuación empresarial. ¿En qué consisten, qué significan en sí mismo y para el derecho todos, y cada uno de estos fenómenos que lo invaden y avasallan al hombre?

Por otro lado, En el orden supra-nacional y nacional se dictan sucesivamente numerosas disposiciones que tutelan a los consumidores. Y en este sentido, ¿qué lugar ocupa el hombre?, y ¿qué vigencia tienen sus derechos fundamentales? ¿Cuáles son los marcos referenciales en el orden nacional, Regional, y globalizado? *.

En el presente estudio, a partir de una línea lógico argumental, se pretende encontrar algunas respuestas a cuestionamientos surgidos a propósito de la reflexión acerca de una situación fáctica de no difícil configuración en la praxis, no sin antes repasar el cuadro económico-social- jurídico en el que se gestó e insertó la ley 17.250 de "Relaciones de Consumo" a efectos del logro de una composición del lugar que nos permita comprender, y elaborar una solución más justa.

Se trata, de la hipótesis en que un empresario se vea impedido de proceder a la inmediata devolución de los títulos valores que fueron emitidos con función de pago en la oportunidad de la celebración de una de las modalidades de contrato celebrado fuera del establecimiento, cuando haya operado rescisión o resolución

* Gherzi, Carlos y colaboradores "Contratos –Problemática Moderna – Ediciones Jurídicas Cuyo, Mendoza –Argentina, pág. 24.

de pleno derecho conforme a lo dispuesto por el artículo 16 de la ley 17250, porque los puso en circulación durante el llamado plazo de reflexión.

La situación no ha sido prevista expresamente por la ley, y no es de fácil solución. Es más, enfrenta aparentemente dos órdenes tuitivos en vigencia: el “derecho de los consumidores”, y el régimen jurídico de los “Títulos Valores”.

Esa problemática es la que hemos querido dejar traslucir en la elección del título acordado: “**CONTRATOS CONCERTADOS FUERA DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL Y TITULOS VALORES. Protección al consumidor versus Seguridad del Tráfico Jurídico en el Derecho Uruguayo**”; y genera, como se verá, no solo una problemática normativa, sino también de naturaleza fáctica, y axiológica que se ha que enfrentar y resolver, no solo a partir de la normativa vigente, sino que ha de constituir además en una respuesta adecuada a la realidad y a los valores imperantes en el mundo y en nuestra sociedad; porque el Derecho “*vive*”, y se nutre de esa riquísima realidad a la que en definitiva está dirigido, y a la que ha de aplicarse en la “*praxis*”.

El núcleo de la cuestión consiste en el logro de una respuesta racional y medianamente satisfactoria a las siguientes interrogantes:

¿Qué responsabilidad le cabe al empresario que hizo circular los títulos a sabiendas de la existencia del plazo de reflexión, y de la opción por la rescisión, o la resolución del contrato acordada a su co-contratante?

¿Constituye una conducta lícita o ilícita?

¿Qué dificultades ha de enfrentar el consumidor ante la situación, y qué soluciones se le han ofrecido desde el punto de vista fáctico y jurídico?

¿Qué valores prioriza nuestra sociedad?; y ¿cuáles, el orden jurídico vigente? ¿Cómo fue la evolución?

¿Es posible encontrar una respuesta en el orden jurídico interno?; y en su caso, ¿cuáles pueden ser sus fundamentos?

¿Dónde ha quedado el hombre, y sus derechos fundamentales?

¿Qué papel juegan los Principios Generales del Derecho?

¿Qué papel puede llegar a jugar el marco referencia regional y globalizado?

Creemos firmemente que existen respuestas satisfactorias al problema planteado en nuestro ordenamiento jurídico vigente. El Empresario debe responder por asumir un comportamiento reñido con los cánones de la “buena fe” objetiva que le es impuesta por la normativa vigente, y que resulta juzgada con disvalor por nuestro ordenamiento jurídico en cuanto contraría a los valores y derechos que éste recoge y protege. Los fundamentos dicha solución pueden llegar a encontrarse a partir de la aplicación de los principios Generales del Derecho.

Convergen en el mismo sentido, fundamentos basados en la aplicación de la normativa emergente del orden regional e internacional que nuestro Estado ha suscripto.

El primer capítulo de nuestro estudio pretende ser mucho más que una introducción, ya que está destinado también a señalar la existencia de una multiplicidad de fenómenos que provocaron un cambio sustancial en el Derecho Público y Privado de nuestros tiempos. Nuevas formas de contratación, contratos conexos o vinculados, comercio electrónico, especiales vínculos empresariales, multinacionales, masificación, marketing, utilización de técnicas agresivas de venta, economía de mercado, y otros son tan solo algunas fenómenos que el derecho debió regular, y que provocaron la civilización del Derecho Comercial, y la Comercialización del Derecho Civil, e impulsaron el nacimiento de una nueva especie de Derecho, tutelar del Consumidor.

El capítulo pese a las apariencias, no es extenso. En realidad lo hemos sazonado con muchas notas, con el propósito que se dirá.

En los subsiguientes, intentamos realizar un cuadro de los derechos de los Consumidores, sus fuentes, y los principios involucrados. Seguidamente, se hará un repaso por momentos pormenorizado de los ámbitos de aplicación subjetivo y objetivo de la ley de relaciones de consumo, para luego entrar al análisis puntual del artículo 16 de la referida norma que regula la hipótesis planteada, enunciando las modalidades contractuales, etc.

Antes del desarrollo nuclear, se hará una breve caracterización de los títulos valores, haciendo referencia a su régimen jurídico, a la abstracción y a los intereses tutelados. Por fin, se tratará de acordar el cúmulo de respuestas a la problemática planteada.

El tema no es novedoso *, y está muy lejos de nuestra intención está pretender agotarlo.

* El mismo fue tratado en una aproximación por el Dr. Julio Facal “Las relaciones de Consumo y los Títulos Valores: Tres interrogantes y sus posibles soluciones” en Tribuna del Abogado enero-Febrero 2004, pág. 10 y sig.

Emerge de lo precedentemente expuesto que en la elección y forma de abordaje del tema, hemos sido inspirados por el maestro comercialista español Joaquín Garrigues y las dos reveladas ideas rectoras de su labor docente: “la aversión al puro conceptualismo que desvincula el Derecho de la realidad en que está llamado a regir, y la conciencia de la importancia predominante que en el Derecho mercantil moderno tiene el factor social” **.

Hemos realizado un esfuerzo por volcar de alguna forma, aún cuando sea escueta y parcial, el inmenso bagaje de conocimientos, enseñanzas, y experiencias que el cuerpo docente perteneciente al “Master en Derecho de la Empresa” de esta querida “Universidad de Montevideo” tan generosa, desinteresada, y profesionalmente nos han legado. Tesoro que mucho apreciamos, nos enriquece, y aprovecha enormemente desde nuestra modesta posición en la Magistratura; y que seguramente contribuirá en el esfuerzo diario de cumplir con nuestra misión “consistente en hallar las normas que mejor se adapten a una determinada realidad vital, dentro de la suprema aspiración hacia la Justicia, como última razón de ser del Derecho” como lo entendía el maestro de referencia ***.

Por todo ello, es que estamos y estaremos infinitamente agradecidos a esta casa de Estudios.

Debemos aclarar que la utilización frecuente de citas bibliográficas más allá de traslucir lealtad, persigue el objetivo de permitir al lector interesado, aún en el caso de que esté poco familiarizado con la temática, el logro de su más acabada aprehensión, no albergándose ninguna pretensión de demostrar ilustración; evitando paralelamente tornar más gravosa la lectura del texto. Las citas efectuadas por los autores de referencia deben considerarse incluidas, sin que se proceda a su trascrición por razones de brevedad.

II. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA Y ENCUADRE Y RECONOCIMIENTO DE LAS BASES FACTICAS Y CONCEPTUALES

Asistimos a una de las cruciales etapas históricas en la que se pueden constatar grandes y vertiginosos cambios a los que no hemos permanecido ajenos. A la sociedad internacional construida sobre la base del concepto del Estado Soberano, la sucede otra apoyada en el orden mundial y la interdependencia denominada: “Derecho Uniforme del Comercio Internacional”. Sus normas representan el mínimo común denominador y disciplinan el comercio internacional a partir de la estandarización como técnica de normativización. En el logro de tal cometido se reconoce la labor de dos organismos: La comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI o UNCITRAL) dependiente de la Sexta Comisión (asuntos jurídicos) de la Asamblea General de las Naciones Unidas, y el Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT)². Paralelamente, a nivel de los Estados se constata *un fenómeno de “Transformación del Estado”*, y habiéndose producido la *crisis del “Estado Bienestar”* o *“Estado Providencia”*³ por la incidencia de variados factores, se produjo inevitablemente un reperfilamiento de nuestro Estado, y *su transformación en un “Estado Subsidiario”* ó *“Estado Regulador”*, fenómeno que no resulta aislado sino que acompaña a una reconocida tendencia confirmada en el derecho comparado⁴. La reforma del Estado obra

** Garrigues, Joaquín, “Hacia un nuevo Derecho Mercantil” (Escritos, Lecciones y Conferencias) Editorial TECNOS- Madrid, pág. 229.

*** Ibidem, pág. 230.

² Cfme. Piaggi Ana, “El Derecho Mercantil en el siglo XXI visto desde el MERCOSUR” en Revista de Derecho Privado y Comunitario No. 18, pág. 491 y sig.

³ Cfme Delpiazzo, Carlos, cit. Por Rocca, María Elena “Arrendamiento de Servicios y de Obra en la Función Pública” en Revista de Derecho público No. 23, pág. 39 y sig. De un modelo de Estado que asumía como uno de sus cometidos preponderantes la “*Prestación directa de Servicios*”, se dio paso a un modelo caracterizado por un acotamiento en sus cometidos a partir de la distinción de aquellos considerados sustantivos, y no sustantivos y/ó “de apoyo” recogida en la ley 16.736, y se han sancionado en los últimos años varias leyes con el cometido de ajustar, captar y regular esa nueva realidad pero curiosamente, se tradujo en el aumento de sus contrataciones a partir del fenómeno de la “tercerización” y las “privatizaciones”, en la medida en que se habilita la prestación de éstos Servicios por cuenta de terceros.) y *lejos de constituirse en una manifestación aislada, ni reducirse exclusivamente a nuestro país, se enmarca dentro de una tendencia internacional con el objetivo de eficacia del Estado, a través de un ajuste estructural en los servicios públicos* 5 y plasma en Derecho Comparado, entre los que se cuentan nuestros hermanos Argentinos.- Este redimensionamiento y su resultado “la nueva silueta Estatal”, importa numerosos cambios a nivel del derecho administrativo, en tanto él es llamado a regir estas nuevas funciones asumidas por el Estado, máxime teniendo en cuenta que dicha rama permanece aún en construcción, y dichos fenómenos requieren de él, la recomposición y nuevo equilibrio de los intereses en juego, debiéndose preservar las garantías a los administrados convertidos en “Co-Contratantes” del Estado en nuevas y muy numerosas áreas.

⁴ Casagne entiende de que asistimos a la configuración de un *cambio “radical”* agrega en nota -citando a González Navarro-, que dicho principio *sólo justifica la regulación en la medida en que sea necesario que el Estado deba intervenir (con su actividad legislativa y reglamentaria) para garantizar la continuidad y regularidad de los servicios públicos y armonizar las relaciones entre los prestadores*

dándose cabida a los fenómenos de la «desregulación», “Tercerización”, “descentralización”, o “externalización”⁵, en cuyo marco se produce la apertura de sectores reservados a monopolios de hecho o de derecho, a la concurrencia internacional. En forma concomitante, se han configurado fenómenos de “integración regional” ó “Multilateral”⁶ de los Estados, y de la denominada “globalización”⁷.

Simultáneamente se aprecia el advenimiento de nuevas tecnologías⁸ en retroalimentación con los fenómenos anteriormente señalados. Se indica que “El desarrollo tecnológico, la economía de la información y el mundo digital presentan enormes avances en todos los campos que indudablemente beneficiarán a la población. Fenómenos tan diversos como la informatización de la infraestructura urbana, el cuerpo tecnológico, artificial y protésico, la teledidáctica, la tecnociencia, la telemedicina y telecirugía, la vinculación del cuerpo y su sistema nervioso con microchips, la televisión interactiva, la autopista de la información, y muchos otros influirán en la vida cotidiana de manera impactante. El derecho ha respaldado estos avances, mediante principios liberatorios...: la libertad de expresión y la libertad de comercio”⁹. Pero también se han producido

de servicio y los usuarios. En cambio cuando el funcionamiento del mercado permite la libre elección de los consumidores en un marco de oferta y demanda, sin que concurren posiciones dominantes que lo distorsionan, la regulación carece de sentido, así como cuando es posible la autorregulación o los acuerdos entre los sectores involucrados, preferibles a la regulación proveniente de los funcionarios, muchas veces alejada de la realidad o influida por criterios políticos como ideológicos” (Cfme. Casagne, Juan Carlos “Estudios de Derecho Público” Edit. Depalma - Bs.As. 1995, pág. 96).

⁵ En cuanto a la cuestión de la descentralización o “externalización” de las actividades estatales con la finalidad de ser prestadas por personas privadas abarca dos manifestaciones a saber: a) aquella tradicional de la contratación con personas privadas, que eran las concesiones de obra y de servicios, y contratación de servicios y suministros; y b) La contratación de actividades, servicios y obras con personas físicas o jurídicas del sector privado relacionadas con la “reforma del Estado” y como se menciona en documentos de la OIT de la reestructuración de la función pública o la administración pública. (RACCIATTI, Octavio Carlos “Modalidades de Tercerización en el Sector Público” en Cuarenta y dos estudios sobre la descentralización Empresarial y el Derecho del Trabajo – F.C.U. Mdeo. 2000, pág. 117.

⁶ El GATT y luego la OMC. También se comprueba paralelamente la alineación de los países en grandes bloques regionales que responde a demandas geopolíticas o económicas específicas : U.E. (Unión Europea), APEC (varios países del Este Asiático, más EEUU, China y Japón), ASEAN (algunos países del sudeste Asiático), NAFTA (Canadá, EEUU, y México), ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración) CARICOM (Mercado Común del Caribe), MCCA (Mercado Común Centroamericano), etc. Es así que en la regulación de los contratos e institutos jurídicos que eran regidos por el derecho público o privado a nivel nacional, *da paso a la normativa transnacional a partir de la nueva realidad de un mundo globalizado, integrado regionalmente o en vías de integración*, al que no resulta ajeno nuestro país a partir de la concreción y ratificación de diversos Tratados Internacionales que a nivel local se traduce en la Integración – llamémosla por citar el más relevante MERCOSUR que integra hoy más de 220 millones de personas, entre otros. Este en particular es un sistema calificado como una UNION ADUANERA IMPERFECTA, aún cuando originariamente el Tratado de Asunción de 1991 estableció un proceso hacia la constitución de un Mercado Común, que supone la libre circulación de Bienes, Servicios y Factores Productivos entre los países a través entre otros de la limitación de los Derechos Aduaneros, y de restricciones no arancelarias a la circulación de mercaderías y de cualquier otra medida equivalente; el establecimiento de un Arancel Externo Común y la adopción de una política internacional común con relación a terceros Estados o agrupaciones de Estados, y la coordinación de posiciones en postulados económicos, comerciales, Regionales e Internacionales. Como tercer elemento persiguió la coordinación de sus políticas macroeconómicas y sectoriales entre los Estados, de Comercio Exterior, agrícola, industrial, fiscal, monetaria, cambiaria y de capitales, de Servicios, Aduanera, de Transportes y comunicaciones y otras que se acuerden. Asimismo el compromiso de armonización de sus legislaciones en las áreas pertinentes, para lograr el fortalecimiento del proceso de integración, y se pretende crear un Mercado común en su más amplia expresión conocida en doctrina y Derecho Comparado, y máximo nivel de integración y de mayor intensidad, fundado en la Reciprocidad de los derechos y obligaciones entre los estados partes. Además de las normas del tratado, fueron aprobados varios anexos que contienen un programa de Liberación Comercial (Cfme. Gros Espiel Héctor “MERCOSUR TRATADOS DE ASUNCIÓN DE 1991”, pág. 25 y sig.).

⁷ Sobrevino también la economía del mercado global, constituyéndose un fenómeno heterogéneo que afecta en forma distinta a los Mercados y países, resultando una de sus consecuencias que las políticas públicas que adoptan otros países tienen influencia directa en las producciones nacionales, y las negociaciones entre Estados, inciden en los sectores productivos; pero “no excluye ningún campo de la condición humana, la política, la economía, la cultura y en menor grado pero en forma creciente, la social y la ecológica. Es un proceso por el cual las economías nacionales se integran en forma progresiva en la economía internacional, de modo de que su evolución depende cada vez más de los mercados externos y menos de las políticas nacionales, y si bien esta internacionalización no es un fenómeno nuevo en la historia, sí lo es su aceleración”. (Cfme. Piaggi, Ana, “El Derecho Mercantil en el S. XXI...” Obra cit. pág. 498 y sig., y 503).

⁸ Asistimos al advenimiento de la era digital. La “informática”, la “telemática”, e “internet” han producido primero la llamada desestructuración en categorías conceptuales comunitarias. Hoy existe el espacio cibernético (“ciberespacio”) distinto del espacio físico, caracterizado por su maleabilidad, convertido en un objeto insabible y renuente a las reglas legales. Se graficamente se señala que funciona según reglas de un sistema autorreferente, “es posorgánico ya que no está formado por átomos ni sigue reglas de funcionamiento y localización del mundo orgánico: Se trata de “Bytes”. Tiene naturaleza “no territorial” y comunicativa ... espacio virtual no es siquiera asimilable al espacio real, porque no está fijo, no es localizable mediante pruebas empíricas como por ejemplo el tacto... y produce un efecto de desterritorialización y descentralización, porque no hay una relación centro-periferia, no conoce órdenes ni jerarquías, ...Es un espacio del anonimato, un no-lugar por la despersonalización que presenta —Es un “no -lugar -global” en el sentido de su transnacionalidad y atemporalidad, ya que pareciera indiferente a la historia y el futuro...No reconoce límites geográficos porque no hay un río ni una montaña, ni estatales porque ignora a los gobiernos...”. (Lorenzetti, Ricardo “internet. Su impacto en el Derecho en Revista “Lex” año V, No. 7 – 2001m oag, 455 y sig.).

⁹ Lorenzetti, Ricardo “internet. Su impacto en el Derecho en Revista “Lex” año V, No. 7 – 2001m oag, 475 y sig.).

cambios en lo social con la aparición de la sociedad de masas¹⁰. Desde el punto de vista científico la tecnología *digital ha tenido relevancia a nivel normativo, con impacto en diversos campos del derecho público y privado*¹¹, dando lugar a la aparición del “Comercio electrónico”¹². A su vez el comercio electrónico ha revolucionado el desarrollo, la distribución y la utilización de productos y servicios en general, y particularmente, aquellos que son objeto de propiedad intelectual^{13 14}.

¹⁰ Diez Picaso en “Derecho y Masificación Social –Tecnología y Derecho Privado” citado por Ordoqui Castilla, Gustavo en “Algunas Reflexiones sobre la Protección al Consumidor en la Contratación por Adhesión a condiciones generales” en Cuaderno de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales No. 17-segunda serie, pág. 50 “advierde que la explosión demográfica y las grandes concentraciones de población ha originado el denominado fenómeno de la sociedad de masas donde las grandes empresas tienen necesidad imperiosa de vender no tienen tiempo para negociar, han impuesto la producción en serie e invierten grandes sumas de dinero en crear la necesidad de comprar a través de la publicidad”.

¹¹ En nuestro Estado en particular, con la introducción de la informática jurídica de gestión a nivel de la Administración pública abriéndose paso la automatización de la actividad administrativa, y la implantación del denominado “expediente electrónico” en equiparación al expediente tradicional (art. 694 a 697 de la ley 16736, y decreto 65/1998) y su aplicación en la contratación pública de los que se reconocen ya varios antecedentes (UTE 1993 es uno de ellos)(Delpiazzo, Carlos, “Contratación Administrativa”, Universidad de Montevideo – Facultad de Derecho – Mdeo. 1999, pág. 103 y sig. Y bibliografía allí citada.- Delpiazzo, Carlos, “Marco normativo de la contratación administrativa F.C.U.– Mdeo. 2003, pág. 1. En el campo del derecho privado no solamente en cuanto a la desestructuración en los conceptos jurídicos como el espacio, el tiempo o la diferencia público-privada de referencia, y sobre el individuo y su privacidad; (Lorenzetti, Ricardo “internet. Su impacto en el Derecho en Revista “Lex” año V, No. 7 – 2001m pág. 455 y sig.); sino que ha permitido nuevas formas de contratación a distancia , y la aparición de una nueva rama del derecho como lo es el “Derecho Informático”, y nuevas formas de contratación como la de los “Contratos informáticos”, realidad , que el derecho ha de captar y regular, cobrando relevancia la aplicación de algunos principios que resultan aplicables al mundo virtual que podemos relacionar siguiendo a Lorenzetti, Así los principios de “Libertad de Expresión”, y “Libertad de Comercio” antes citados, a los que se suman los de “no discriminación del medio digital” que persigue la neutralidad de los Estados, para que se abstengan del dictado de normas discriminatorias que limiten la participación de sujetos por la no utilización de instrumentos escritos; el “principio Protectorio” de la parte más débil cuya aplicación ha sido cuestionada, y que tiene particular relevancia en el tema que nos convoca, por cuanto tiene relevancia en la defensa del consumidor; la “Protección de la privacidad”; “Libertad de información y autodeterminación” vinculados con el anterior; “el carácter Internacional” (Obra cit. pág. 492 y sig.).

¹² El mismo, luego de superar algunos obstáculos iniciales referidos a la falta de seguridad en el envío de los mensajes, recurriéndose a mecanismos de “encriptación” de la información y “firma digital”, que requirieron la aprobación de normas en los distintos países para hacerlos operativos; y un debate académico respecto de las normas y principios jurídicos aplicables. (Cfme. Bugallo Montaña Beatriz “Internet, comercio electrónico y propiedad intelectual” Mdeo, 2000, pág. 43 y 47).
Ha sido definido en forma amplia por la Comisión de la Unión Europea “una iniciativa europea en materia de comercio electrónico (COM.97.157) como el “desarrollo de actividad comercial y de transacción por vía electrónica y comprende actividades diversas: la comercialización de bienes y servicios por la vía electrónica; la distribución on line de contenido digital, la realización por vía electrónica de operaciones financieras y de bolsa; la obra pública por vía electrónica y todo procedimiento de ese tipo celebrado por la Administración pública”. Se trata de una actividad caracterizada por la utilización de medios digitales para la comunicación, incluso Internet, videotextos, radiodifusión y otras tecnologías similares, que intercambie bienes físicos por medios electrónicos o bienes digitales. En segundo se trata de relaciones jurídicas, que pueden o no ser comerciales. De hechos, cuando se habla de “ecommerce” se alude a un concepto diferente del que contienen los códigos comerciales, porque no se restringe a la finalidad de lucro, de donde ha de utilizarse un término amplio de “relaciones jurídicas por medios electrónicos” que comprenden : 1) Relaciones de derecho público entre Estados, o entre estos y particulares; 2) relaciones de derecho privado: entre empresas “Business to business”; entre empresas y consumidores “business to consumer”; y entre particulares exclusivamente en un abanico que comprende todo lo que tradicionalmente abarca el D. Civil (Cfme. (Lorenzetti, Ricardo “internet... pág. 496 y sig.; ((Cfme. Bugallo Montaña Beatriz “Internet...” pág. 39)). La operativa puede ser indirecta cuando ciertos actos como la negociación o conclusión del contrato o la transferencia del pago se realizan electrónicamente, mientras que los productos no son transferidos a través de Internet; o directo cuando además de lo anterior, también los bienes son transferidos a través de internet. En las transacciones se distinguen tres etapas: 1) de búsqueda por Internet; la de orden y pago, y la de entrega (Cfme. Bugallo Montaña Beatriz “Internet...” pág. 39y 49).

¹³ Obras literarias, música, films y software distribuidas en forma independiente, como integrada en obras multimedia, generando diversas vulneraciones de los derechos de sus titulares, y diversos recursos tecnológicos para su protección. Ya sean considerados bienes o mercaderías, la circulación de obras digitalizadas por internet , con las relaciones entre propiedad intelectual y el comercio electrónico se estrechan, en tanto las expresiones gráficas o literarias de la Web, también constituyen objeto de protección de la propiedad intelectual, y el éxito del comercio electrónico resulta condicionado a la política internacionales y nacionales que se adopten para la protección de la propiedad intelectual (Cfme. Bugallo Montaña Beatriz “Internet...” pág. 73 - 74).

¹⁴ Doctrinariamente a nivel nacional se engloba dentro de la “Propiedad Intelectual” básicamente **dos grandes ramas** : a) *la propiedad industrial*, comprensiva de las creaciones intelectuales de aplicación industrial, que comprenden por un lado institutos que tienen una expresa regulación normativa (Patentes, modelos de utilidad, modelos o diseños industriales), y otras que carecen de esa regulación (biotecnologías, chips, Know how), y luego la regulación de las marcas, y el nombre comercial, e indicaciones geográficas; y b) *la propiedad literaria y artística* (derechos de autor y los derechos conexos) incluyéndose la protección del Software. (Rippe Siegbert “La propiedad industrial en el Uruguay”, Edit. F.C.U., 1999, pág. 141.

Nuestro país fue ratificando algunos compromisos internacionales asumidos a partir de la realización de diversos tratados internacionales y sancionando normas que significaron la integración a nuestro derecho interno regulaciones específicas sobre los diversos tópicos comprendidos en instrumentos que contenían acuerdos internacionales entre los que se resaltan “El convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial” y sus sucesivas revisiones (adhirió a la Convención de París, acta de Lisboa de 1967, y Decreto 588/67), revisado en Bruselas, Convención de la Unión de Berna para la protección de la propiedad literaria y artística, Acta de Estocolmo de 1967” Berna, y Convención de Washington, y el Acuerdo ADPIC anexo al Tratado de la Organización Mundial de Comercio entre otras y que continúan vigentes –entiende Héctor Gros Espiell que “existe el Derecho internacional, vigente, aplicable directa y obligatoriamente al Derecho interno, con jerarquía equivalente a la ley ordinaria y con efecto derogatorio sobre la legislación anterior incompatible o incompatible con la normativa constitucional”, en cuanto no fueren denunciados– (“El Trabajo Intelectual – Constitución,

La "Empresa" se ha convertido en el centro del derecho Comercial, y como expresara Mosset Iturraspe "ha evolucionado en "Derecho de la empresa" como pregonara entre nosotros tiempo atrás Zavala Rodríguez...", quien acota que la misma "ha producido en el derecho contractual una transformación y renovación total de sus conceptos y consecuencias . Y luego agrega, "*El contrato mercantil es hoy un acto de empresa" caracterizado por la contratación en serie, por un lado, y, así mismo, por los negocios que tienden a relacionar a las empresas el logro de sus objetivos*"^{15 16 17}. *El fenómeno de la "Empresa" no se agota en el campo jurídico –en el cual invade las más variadas ramas: Constitucional, civil, comercial, laboral tributario, concursal, administrativo- sino que ocupa un lugar destacado en la economía y en la sociología*" –señala Mosset Iturraspe-, *y se ha convertido en el nuevo centro del Derecho Mercantil y verdadero transmisor de las instituciones hacia el Derecho Civil o mejor Privado Patrimonial . La empresa es el principal motor de las obligaciones y contratos*¹⁸.

En la operativa empresarial se han desdibujado las fronteras políticas, y proliferan las multinacionales con establecimientos en varios países y diferentes vínculos^{19 20}.

Bajo la presión de estas nuevas exigencias, constituida por tan compleja y dinámica realidad, en combinación con los fenómenos de avances tecnológicos y de la globalización de referencia, la "Empresa" actual ha generado multiplicidad de "vínculos jurídicos" para atender sus requerimientos, a los que el derecho debió acompar, explicar y normar.

Ley y Derecho Internacional" Conferencia pronunciada en 1999 con el auspicio del Consejo de Derechos de Autor del M.E.C., pág. 12). Más recientemente procedió a introducir grandes ajustes a nuestra vieja normativa en la materia que se concretó con la sanción de la *ley 17.011* en lo que hace a las "marcas, nombres comerciales, e indicaciones geográficas" regulando las "marcas sobre productos, marcas de servicios que ya contaban con la protección de la Convención de París, en los que nos atañe; las marcas en singular, colectivas y de certificación", e incluyendo en cuanto a las indicaciones geográficas sus vertientes: –indicaciones de procedencias y denominaciones de origen"; la *ley 17.174* relativa a "patentes de invención, modelos de utilidad"; y la revisión y modificaciones introducidas en la vieja ley de "derechos de autor" No. 9739, por la sanción de la *ley 17.616*.

¹⁵ Mosset Iturraspe "Contratos Conexos", Rubinzal –Culzoni Editores, Bs. As. pág. 74 y sig., y Zavala Rodríguez citada por el autor, pág. 78.

¹⁶ En nuestro país la ley de Sociedades Comerciales 16.060 se distingue entre la Sociedad comercial como sujeto de derecho (art. 2), el establecimiento comercial como Objeto de derecho (art. 68), y la empresa como actividad económica organizada (art. 1) y varias son las teorías respecto de la naturaleza jurídica de la casa de Comercio. (Mezera Alvarez . Curso de Derecho Comercial, t. IV, actualizado y ampliado por Rippe Siegbert, Edit. F.C.U., 5ta. Edic. Mayo 1998, pág. 11). "*EL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL*", "*CASA DE COMERCIO*", "*FONDO DE COMERCIO*" O "*ESTABLECIMIENTO MERCANTIL*" para algunos constituye una universalidad de activos, conjunto de bienes materiales e inmateriales, destinados al desarrollo de una actividad comercial organizada, para la producción o comercialización de bienes o prestación de servicios. No existe en nuestro derecho una definición legal, ni una regulación orgánica, pero para algunos conforma una universalidad jurídica, tesis que fue recogida a nivel normativo en el art. 380 del Código General del Proceso, que establece que el embargo genérico alcanza a: "la universalidad conocida como establecimiento comercial", y en el art. 68 de la ley 16.060.

¹⁷ Hoy resultan muy frecuentes las asociaciones ó uniones de empresas, y en el ámbito del DERECHO COMERCIAL el concepto de conjunto económico no tiene una dimensión jurídica generalmente aceptada, aunque evoca uno de los fenómenos de concentración empresarial que conforman una unidad compleja mediante acuerdos que agrupa a diversidad de unidades económicas conducente a la obtención de ventajas como ser producción en masa, economía de gastos, etc. Cuando están organizados como sociedades comerciales, se denominan concentración societaria (Bugallo, Beatriz "Manual Básico de Derecho de la empresa" Edit. F.C.U., 2000, pág. 61-62); aunque sin que la figura tenga relevancia en cuanto a la atribución de responsabilidad desde el punto de vista del Derecho Comercial ni tenga regulación aparte, con excepción de los art. 47 y sig. de la ley 16.060 que regula la participación de sociedades en otras, sociedades controladas y vinculadas, definidas por los "especiales vínculos" a nivel general; y otra excepción se prevé en materia bancaria privada en el que se ha elaborado el concepto de sociedades colaterales (art. 34 de la ley 13.608) sobre quiebras dispuso un fuero de atracción respecto a la liquidación de este tipo de empresas colaterales formando una masa única, cualquiera que fuera la naturaleza jurídica e la índole; aunque sin fijar criterios para determinar el concepto de colateralidad, cometiéndose al Banco Central quién lo ha ejercido con discrecionalidad . (José Luis Shaw y Victor Sujanov "Los problemas Tributario del Grupo de Sociedad como unidad" en Rev. I.U.D.T. No. 13, pág. 226). Otras ramas del derecho han elaborado el concepto realizando desarrollos que podemos rescatar. Así , así por ejemplo en el DERECHO TRIBUTARIO, a nivel doctrinario se entiende de que la figura del "Grupo de Sociedades o Conjunto Económico" se define como una de las grandes organizaciones empresariales nacionales y multinacionales, integradas por varios establecimientos vinculados en el plano financiero mediante la concentración de la propiedad, la administración y el control de recursos financieros de diversas formas; y que en el plano comercial las vinculaciones se conciertan a través de compraventas y arrendamientos de bienes físicos e intangibles, y prestaciones de servicios de diversa naturaleza; acompañada de vinculaciones de dominación y subordinación respecto al planeamiento, dirección y control de las empresas; aún cuando desde el punto de vista jurídico, se presentan como diferentes establecimientos mercantiles, con formas societarias independientes..." Shaw y Sujanov, Obra Cit., pág. 227 y sig.

¹⁸ Obra cit. "Contratos Conexos", pág. 80 y 86.

¹⁹ Comenta Piaggi, Ana que: "Hoy las empresas se definen de manera diferente; la matriz está siendo reemplazada por una estructura policéntrica donde las subsidiarias asumen mayores obligaciones sobre el manejo total del grupo, además de tener las tradicionales y limitadas funciones acordes con su ubicación geográfica ... la matriz se transforma en una unidad más pequeña, menos jerárquica, con decisiones que se forman en las entidades que cuentan con responsabilidad operativa. Esta se ocupará de las finanzas, de los recursos humanos, del management, del Know-How, de las inversiones, de la transferencia de tecnología, de las economías de escalas globales, etc. ..." "El Derecho Mercantil en el S. XXI...", Obra Cit., pág. 497.

²⁰ En nuestro país de una "Sociedad Extranjera" puede actuar en forma directa, efectuar por ejemplo un otorgamiento como contrato de arrendamiento de un local; puede constituir una agencia, la que no tiene poderes de representación o los tiene limitados; puede acreditar un representante; y finalmente puede instalar una sucursal, que es un tipo especial de representación permanente, que supo-

Esa realidad ha exigido a los gobiernos la elaboración y sanción de nuevas normativas, promoviendo así, particularmente, el avance en materia de Derecho Comercial, en cuyo campo se han incorporado nuevas figuras e Institutos unas veces, o introducido ajustes a la normativa vigente ²¹.

En el orden empresarial impera la libertad de organización de los negocios, que no es más que la aplicación de conceptos que también predominan en otros campos del derecho, como el de la llamada “*autonomía de la voluntad*” dentro del derecho privado. Nuestro ordenamiento jurídico lo acoge, y se traduce en un reconocimiento a los particulares, una esfera jurídica de actuación exclusiva y excluyente dentro de la que puede autorregular sus intereses en la forma que entiendan más adecuada para la satisfacción de sus intereses. Prolifera así la figura del contrato atípico ²².

Hoy se entiende que “La autonomía de la voluntad” como expresión del Derecho Fundamental de Libertad para contratar tiene raigambre constitucional (art. 7, 10 y 36 de la Constitución de la República), y está recogida en el denominado “Principio de autonomía de la Voluntad”, resulta acotado en el campo de las relaciones contractuales y aplicable a las relaciones privadas. En primer lugar por la incidencia del principio de igualdad que cuenta con fundamento del mismo rango (art. 8 de la Constitución). A partir de allí se requiere su coordinación, para lo cual doctrinariamente se propone recurrir a la aplicación de los criterios de irracionalidad y arbitrariedad para determinar cuándo una relación contractual es violatoria del principio de igualdad, concluyéndose que cuando excede tales límites, carece de eficacia normativa, sancionándose en tal sentido ²³. En segundo lugar, se le ha impuesto cota en el marco de las relaciones de consumo. Tal normativa en nuestro régimen jurídico ha recibido recepción expresa a partir de la sanción de la ley 17.250, a cuyas normas se le asignó carácter de “Orden Público”, sancionada con el fin de corregir las desigualdades y desequilibrios constatados en la economía del mercado y constitutiva de un régimen tuitivo del consumidor.

Se discute si constituye un régimen estatutario o no, pero lo cierto es que hemos de coincidir con Mosset Iturraspe, quien citando a Rosario Ferrera afirma que “*el problema de la protección jurídica del consumidor es, probablemente, uno de los nudos gordianos de la sociedad contemporánea, de la democracia liberal, en cuya solución confluyen la tentativa de organizar y gestar el consenso social, en el cuadro de una moderna democracia industrial*” ²⁴.

El advenimiento del derecho del consumidor, ha desdibujado la tradicional separación de algunas ramas del derecho. En tal sentido se ha dicho que la “Empresa” condujo “a la “unificación del Derecho civil y Comercial”, precedidos por un fenómeno de: “a) “desprivatización del Derecho Privado”, o bien la “función pública del Derecho Privado”, por la vía de la penetración de “lo social” y del “intervencionismo”...; b) a la “civilización” del Derecho Comercial, a quien penetran ideas propias del D. Civil como las relativas a la equidad, el abuso del Derecho, la lesión y la imprevisión; el Derecho Mercantil busca la seguridad y la estabilidad jurídicas – metas de la codificación- sin desentenderse de la justicia contractual; y c) la Comercialización del Derecho Civil.. en la medida que presta atención a la “economía del contrato”, a su función y finalidad, y en los últimos tiempos en cuanto hacer suyo el “derecho del consumidor” tuitivo o de protección...” ²⁵.

ne la reunión de varios elementos, como: un centro de gestión y administración, un encargado (factor, director o gerente), con amplios poderes de representación, permitiéndosele actuar en nombre de la matriz, y obligarla; y también *puede actuar indirectamente, constituyendo una “filial”*, que es una sociedad nueva, jurídicamente independiente y autónoma de la principal, pero manteniendo lazos de dependencia económicos, es una sociedad “Controlada” desde el exterior. ¿Cómo determinar en que casos una sociedad extranjera actúa? Ha de cumplir los requisitos del art. 193 inc. 3 de la ley 16.060, se han utilizados dos criterios, uno cualitativo, y el otro es el cuantitativo- cualitativo, que considera que solo ejerce realmente su objeto en el país receptor cuando lo hace en forma habitual no si solamente realiza un acto aislado. El tema fue debatido en las Jornadas Notarial de Punta del Este (XXXVIII) entendiéndose hoy que resulta aplicable el criterio cuantitativo-cualitativo establecido por el art. 193 de referencia condicionando el cumplimiento de los requisitos de inscripción y publicaciones, al hecho de que se proceda a la instalación de “sucursales o cualquier tipo de representación permanente”.

²¹ Así reconocemos la aparición de “*los Modernos Contratos de Empresa*” algunos vinculados a nuevas “Soluciones de Financiamiento” en el marco mayor de la temática Comercial, que ya ha sido abordado desde diversos ángulos por la doctrina nacional y extranjera. Nuestro país no ha permanecido ajeno, y es así que la “operativa de Factoring” ingresó a nuestro ordenamiento como figura jurídica típica con la sanción de la ley 17.292, y al igual otras como el Undewriting (regulado por art. 18 inc. final de la ley 15322 Ley de Intermediación Financiera), el contrato de Leasing (Ley 17.296), el contrato de securitización de activos (ley 17.202), y el Fideicomiso Financiero (regulado por ley 17.703 sin perjuicio de que también establece otras modalidades). Otros contratos comerciales modernos como la concesión, la distribución, la franquicia comercial, y los contratos vinculados o “conexos” etc. han tenido un gran recepción y desarrollo en la operativa de la empresa moderna.

²² Cfme Rodríguez Russo “Contribución para la determinación del régimen jurídico aplicable a los tipos contractuales atípicos” en A.D.U. t. XXX.

²³ Cfme. Juan Blengio “¿Hacia una contratación más equilibrada y justa? Crónica de algunos remedios generales al desequilibrio de la relación contractual. En Anuario de Derecho Civil Uruguayo Tomo 31, pág. 541.

²⁴ Moset Iturraspe, Jorge, “Introducción al Derecho del Consumidor” en Revista de Derecho Privado y Comunitario No. 5 – Rubinzal-Culzoni Editores, Santa Fe 1994, pág. 8.

²⁵ Moset Iturraspe, Jorge, “Contratos Conexos” obra cit., pág. 75 – 76.

Justamente la problemática jurídica que se plantea con motivo de la aplicación del art. 16 de la ley de relaciones del consumo es el tema que nos convoca. Esto es, una invitación a la reflexión en torno a una hipótesis regulada por dicha norma, y en la que perfeccionado el contrato, el consumidor comunique a su contratante en tiempo y forma su voluntad de resolver o rescindirlo, en ejercicio del derecho de opción que legalmente se le otorga, y no le resulte posible proceder a la devolución inmediata de los títulos por el proveedor – en la terminología de la ley- por haberlos puesto en circulación durante el período de reflexión.

El tema es importante y complejo, y se sitúa en un punto en el que convergen dos órdenes tuitivos diferentes. Por un lado, la normativa de protección al consumidor, y por otro las normas sobre títulos valores. De allí emerge una eventual confrontación de dos regímenes jurídicos diversos. Ello no solo señala la existencia de dificultades de hecho, sino que determina también la existencia de una problemática normativa, y desde luego que axiológica que ha de enfrentar y resolver el intérprete que deba aplicar la norma.

Dispone *el art. 16 de la ley 17.250*:

La oferta de productos o servicios que se realice fuera del local empresarial, por medio postal, telefónico, televisivo, informático o similar da derecho al consumidor que la aceptó a rescindir o resolver, "ipso-jure" el contrato. El consumidor podrá ejercer tal derecho dentro de los cinco días hábiles contados desde la formalización del contrato o de la entrega del producto, a su sola opción, sin responsabilidad alguna de su parte. La opción por la rescisión o resolución deberá ser comunicada al proveedor por cualquier medio fehaciente.

Cuando la oferta de servicios se realice en locales acondicionados con la finalidad de ofertar, el consumidor podrá rescindir o resolver el contrato en los términos dispuestos en el inciso primero del presente artículo.

Si el consumidor ejerciere el derecho a resolver o rescindir el contrato deberá proceder a la devolución del producto al proveedor, sin uso, en el mismo estado en que fue recibido, salvo lo concerniente a la comprobación del mismo. Por su parte el proveedor deberá restituir inmediatamente al consumidor todo lo que éste hubiere pagado. La demora en la restitución de los importes pagados por el consumidor dará lugar a éste a exigir la actualización de las sumas a restituir. Cada parte deberá hacerse cargo de los costos de la restitución de la prestación recibida. En los casos en que el consumidor rescinda o resuelva el contrato de conformidad a las previsiones precedentes, quedarán sin efecto las formas de pago diferido de las prestaciones emergente de dicho contrato que éste hubiera instrumentado a través de tarjetas de créditos o similares. Bastará a tal efecto que el consumidor comunique a las emisoras de las referidas tarjetas su ejercicio de la opción de resolución o rescisión del contrato.

En el caso de servicios parcialmente prestados, el consumidor pagará solamente aquella parte que haya sido ejecutada y si el servicio fue pagado anticipadamente el proveedor devolverá inmediatamente el monto correspondiente a la parte no ejecutada. La demora en la restitución de los importes pagados por el consumidor, dará lugar a que éste exija la actuación de las sumas a restituir. Se aplicará en lo pertinente lo dispuesto en el párrafo final del inciso anterior del presente artículo.

En todos los casos el proveedor deberá informar el domicilio de su establecimiento o el suyo propio siendo insuficiente indicar el casillero postal o similar.

III. LOS CONSUMIDORES, SUS INTERESES ECONÓMICOS Y DERECHOS RELACIONADOS AL TEMA

Hoy, resulta un valor admitido en medios económicos y jurídicos la necesidad de la defensa de los consumidores. Sin perjuicio de reconocer la existencia de la postura contraria, nos afiliamos a la posición que le asigna naturaleza Estatutaria al "Derecho de los Consumidores"^{26 27}, en cuanto se dirige a la regulación de sujetos agrupados bajo esa categoría amparándolos bajo su tutela²⁸, merced a la intervención de los Estados,

²⁶ Más allá de el tema no resulta pacífico.

²⁷ Estatutario es aquel derecho que regula las relaciones de cierta clase de sujetos en cuanto singulares o específicos, sustrayéndolos en ciertos aspectos del derecho común, que refiere y resulta aplicable a todas clase de sujetos, como por ejemplo el Derecho Civil. (García de Enterría, Curso de Derecho Administrativo tomo I, (Quinta Edición), Edit. Civitas, Madrid 1992, pág. 36.

²⁸ "La existencia de principios de interpretación a favor del deudor, evolucionó hacia el favor debilis, a favor del consumidor, y luego a favor del individuo particular. La generalización hace que se pase de una visión bilateral a una estructural, que toma en cuenta la posición del individuo en el mercado... Los derechos de la persona comienzan a tener una nueva entidad. Se enlaza aquí el Derecho Público, que aporta su teoría de los Derechos Humanos y fundamentales, y el Derecho Privado, que aporta su teoría de los derechos personalísimos..." Lorenzetti Ricardo Luis "El Derecho Privado como Protección del Individuo particular" en Revista de Derecho Privado y Comunitario No. 5, pág. 54.

al igual que en otros tiempos sucedió con otros sujetos en particular, (como por ejemplo “los ciudadanos”, “los arrendatarios”, “los trabajadores”, etc.); a quienes sustrajo - diríamos parcialmente y en determinados campos-, de la aplicación del Derecho Común, con el objetivo de reestablecer un equilibrio en la relación jurídica, y la igualdad entre los sujetos en el marco de la relación de consumo.

Se trata de “un nuevo derecho”²⁹. Y de una normativa como señalamos antes, de “Orden Público”^{30 31 32}. Indica la Dra. Zafir³³ que se pretendió “*crear un microsistema dentro del sistema de Derecho Civil ... La finalidad era establecer un régimen obligatorio e inderogable en todo aquello que la propia norma entendía no debía ser modificado, para lograr el equilibrio y la igualdad entre consumidores y proveedores, a través de la priorización de ciertos principios sobre otros. Es así que debe perder relevancia en la materia el principio de autonomía de la voluntad frente a la confianza, igualdad (sustancial) y buena fe. Ello se logra estableciendo como normativa de orden público la regulación específica, dejando como subsidiario de la voluntad de las partes lo previsto en el Código Civil donde sigue rigiendo en lo medular, el principio de autonomía de la voluntad*”.

El Derecho del Consumidor se inserta en un amplio abanico de materias y ramas jurídicas observándose que “Se trata de una regulación interdisciplinaria que reúne diversas materias: civil, comercial, administrativo, procesal y subespecies dentro del ámbito del Derecho Privado, como el derecho alimentario y el derecho publicitario”^{34 35 36}.

²⁹ Rezzónico citado por Creimer, Ismael “Apuntes complementarios sobre el Derecho de Protección del Consumidor” en Cuadernos de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales – Segunda Serie No. 17- Mdeo. 1991, pág. 122.

³⁰ Siguiendo a Echevarría Petit, José Luis, quién señala : *La calificación de una norma de Orden Público o imperativa tiene una doble perspectiva, la primera es la de cuál es el derecho tutelado por la calificación de la norma.* Generalmente se desmenuza exhaustivamente cuál es el objetivo protector del Legislador, se determina cuál es ese interés superior que lo impulsa a preservar un derecho que es considerado superior, frente al embate de los particulares en la persecución de sus intereses propios, considerados de menor importancia. *La segunda es la perspectiva negativa que tiene tal calificación, o sea cuál es el efecto secundario de dicha protección por cuanto dicha calificación implica una limitación o directamente cercenamiento de otro derecho...* La calificación de una norma como de Orden Público o imperativa tiene como consecuencia proteger un derecho (cuando la técnica legislativa es correcta y eficaz), es decir se busca la protección a través de una solución expresa que no puede ser modificada por el consentimiento de partes, pero mientras se protege el derecho considerado superior. Cuando en el ámbito del derecho privado se establece una disposición de la que no pueden apartarse los contratantes, entonces estamos ante limitación o cercenamiento de la autonomía de la voluntad o derecho a la libertad de contratar, que es una manifestación del derecho a la libertad en sentido genérico, Derecho que es reconocido (no consagrado, por ser un derecho fundamental de la persona humana) en la Constitución de la República, los que sólo puede ser limitados por una ley n(nacional conforme a las enseñanzas del Profesor Justino Jiménez de Aréchaga) y siempre que medien razones de interés general (art. 7 y 10 de la Constitución de la República) y además, siendo la Libertad el principio general de la actuación de las personas físicas, por imperio del art. 10 de la Constitución, además de los requisitos para su limitación, debe tenerse presente que una limitación a la misma, es una excepción a un principio general, por lo que la interpretación de dicha norma debe ser restrictiva... “La calificación como orden público del art. 362 de la ley 16.060 y mayorías alternativas para los supuestos en él previstos” en Tribuna del Abogado, Mayo-Abril, 2000, pág. 20.

³¹ La noción de orden público, constituye un *concepto jurídico indeterminado* Esta categoría jurídica fue definida por la doctrina y son tales, “*en el sentido de que la medida concreta para la aplicación de los mismos en un caso particular no nos la resuelve o determina con exactitud la propia ley que los ha creado y de cuya aplicación se trata*”, *constituyendo otros ejemplos citado por la doctrina: el justo precio, la utilidad pública, urgencia, orden público, la buena fe, buen padre de familia, etc.* Lo peculiar, es que al proceder a llenar su contenido (calificación o aplicación del concepto a una circunstancia concreta), *habrá una sola solución justa en la aplicación del concepto a la circunstancia de hecho, pero dista del campo de la discrecionalidad*, en tanto ésta importa una pluralidad de soluciones justas posibles como consecuencia de su ejercicio. (Cfme.García de Enterría, Eduardo “La lucha contra las inmunidades del Poder en el Derecho Administrativo, Ediciones Civitas en Revista de Occidente – Madrid- España 1974, pág. 34 y sig.).

³² La declaración de orden público, requiere el dictado de una ley en sentido material y formal y corresponde al legislador determinar la oportunidad y los fundamentos en su caso, pero tal limitación solo cabe por razones de interés general. Se trata pues de un campo reservado, en donde rige el “*el principio de legalidad*” que se deriva de los art. 7, 10, 72 y 332 de la Constitución de la República. Las limitaciones a los derechos consagrados por nuestra Constitución, entre ellos el -derecho de libertad-, solamente pueden ser limitados por las “*leyes que se establecieron por razones de interés general*”, de donde *cabe como lo ha entendido nuestra doctrina “la intelección de un armonioso vínculo entre el principio de legalidad (protector del hombre y su libertad) e Interés Público.* (realizador del bien comunitario)”*Ambos son basamentos firmes del Estado de Derecho y roca segura para la operación del régimen administrativo, sin solución de continuidad; menos aún de conflicto entre ambos*” Brito Mariano “El principio de legalidad e interés público en el derecho positivo Uruguayo” en L.J.U. Tomo 90, Sección doctrina, pág. 11.

³³ Zafir, Dora “Consumidores” Análisis Exegético de la Ley 17.250. F.C.U. Mdeo.2002, pág. 13.

³⁴ Zafir, Dora “Consumidores” Obra Cit., pág. 5.

³⁵ Señala Jorge Mosset Iturraspe que “*La ley –estatuto constituye entonces un microsistema de normas en el cual el intérprete puede encontrar principios generales y descubrir una lógica propia, que debe presidir su aplicación. Como ha señalado Natalio Irti, estos microsistemas dotados de lógicas autónomas y de ritmos propios de desenvolvimiento vienen a alterar la función tradicional desempeñada por el Código Civil... Los códigos pasan a regular las situaciones no contempladas por el microsistema. Ser la normativa residual. A diferencia de la regulación creada en el siglo XIX entre Código y ley especial, cuando el Código era tenido como ley general. Ahora ese rol – de normativa general- lo cumple la ley especial y el Código, lo reiteramos es la normativa residual.*” Mosset Iturraspe, Jorge, “Introducción al Derecho del Consumidor” ...Obra cit., pág. 16.

³⁶ El mismo autor refiriéndose a la diferenciación entre el “Derecho del Consumidor” expresa: “*Se distingue del Derecho Civil que regula actos jurídicos vinculados con el patrimonio en los que priva la autonomía de la Voluntad. Y del Derecho Comercial que es el Derecho de los Comerciantes, regulador de un Status personal y societario, y en particular, de las relaciones entre los comerciantes. Buena parte*

Se destaca como una de sus características la falta de una aspiración de universalidad propia de la codificación. Eso hace que sea un Derecho en construcción, ya que no cuenta con la elaboración de muchos siglos como sí es el caso del Derecho Civil. Es además, un ordenamiento jurídico que responde a una realidad dinámica – el mercado-, pero que permanece, en cuanto permanecen sus principios – Buena fe, Igualdad, y tutela jurisdiccional-, y la necesidad de su contenido en la consecución de sus fines.

En la base misma del derecho de los consumidores se asienta la protección de los Derechos individuales – Derechos fundamentales del hombre-. Estos tienen vocación de universalidad en un doble sentido. Primero, porque tienen un carácter neutral en cuanto su titularidad se deriva del mero hecho de ser un sujeto de derecho, por la condición de pertenecer a la raza humana, independientemente de ideologías, creencias, religiones o nacionalidades; y por otro lado, conceptualmente son anteriores al Estado.

Estos derechos resultan reconocidos en los tratados internacionales, y conforman un nuevo orden que supera al estatalismo, sin perjuicio de lo cual hemos de señalar con la doctrina, que la idea de Universalidad ha sufrido resquebrajamiento debido a su proliferación. En efecto, hoy asistimos a la Declaración de Derechos del Niño, de la Mujer, del discapacitado, y así sucesivamente. Además, también se postula que los derechos no son solo de los hombres, sino también de los animales, debiendo hablarse más precisamente de “derechos fundamentales”³⁷.

Se puede observar una distinción en grados, según el contenido. Están los llamados de Primera Generación que refieren a la “Libertad”, los cuales fueron consagrados por la Declaración de los Derechos del Hombre.

A posteriori en el tiempo aparecieron los de segunda Generación, son llamados económicos-sociales, que traducen necesidades sociales básicas y son la base jurídica del “Estado Bienestar”.

Más adelante, aparecen los de tercera Generación, que surgen como respuesta a la “contaminación” ó “degradación de las libertades”, como resultado de los nuevos avances tecnológicos. Aquí se incluye el “Consumo” como derecho seriamente amenazado³⁸. Finalmente, hacen su aparición los denominados de cuarta generación que consagran el derecho a ser diferente.

La declaración Universal de Derechos Humanos de 10 de diciembre de 1948, dispone que “todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos”. Por su parte, la Convención Americana de Derechos Humanos (Pacto de San José de Costa Rica) consagra tales derechos.

Sin embargo, hemos de advertir que se observa el advenimiento de un proceso de horizontalización de los derechos fundamentales, que hoy giran no sólo en torno de la persona, sino de otros sujetos. Esto provoca que algunos sean complementarios; otros, resultan ser competitivos-antagónicos, puestos en tensión por el principio de escasez; y otros devienen contradictorios.

Varias son las críticas que se efectúan a la teoría de los derechos fundamentales, de donde resulta que se entienda como necesaria la existencia de una fase de concretización. La tarea implica en el plano teórico, una correlación entre el piso de derechos mínimos y el funcionamiento de la economía de mercado; y en el plano dogmático, la fijación de algunos criterios y principios para resolver las antinomias³⁹.

Se estima que *“El reconocimiento de los derechos del consumidor, revestido de validez formal en virtud de su proclamación en cartas o declaraciones, tiende a mejorar el funcionamiento del mercado, corrigiendo sus deficiencias y la posición subordinada del consumidor en las relaciones personales con la Empresa. Ello requiere, sin embargo, como segundo paso, la implementación de una política programática e instrumental (regulaciones legales y técnicas de control) de protección al consumidor, que garantice la efectividad del ejercicio de sus derechos en todos los ámbitos de la vida social”*⁴⁰.

En las Naciones Unidas *“se consideró la problemática de los consumidores, admitiéndose la existencia de desequilibrios en la capacidad económica, en el poder de negociación y en el nivel de educación, por lo que se propende al reconocimiento de derechos frente a prácticas comerciales abusivas de los productores a nivel nacional e internacional. Asimismo, se busca asegurar que en el mercado se den las condiciones para*

de la preceptiva del Derecho del Consumidor se nutre de los avances “asombrosos” del Derecho Civil, del nuevo Derecho Civil “refundado” a partir de la protección de los “débiles” de la Sociedad Civil. Empero, otra parte de su preceptiva es “propia, específica, peculiar” de la actividad de satisfacer necesidades en el Mercado en escasez...” Ibidem. pág. 9 –10.

³⁷ ...” Lorenzetti Ricardo Luis *“El Derecho Privado como Protección del Individuo particular”* Obra cit., pág. 67- 68.

³⁸ Cfme. Lorenzetti, ibidem., pág. 68 y sig. Los de primera generación alcanzan el Derecho a la Libertad, a la vida, a la integridad física y a la propiedad; los de la segunda están constituidos por el derecho al trabajo, a la vivienda digna, a la salud; los de tercera refieren a la calidad de vida, medio ambiente libertad informática, y el consumo, así como los relacionales al patrimonio histórico y cultural de la humanidad, a la autodeterminación, etc. ; y los de cuarta generación refiere a cuestiones tales como el derecho a la homosexualidad, cambio de sexo, aborto, etc.

³⁹ Ibidem pág. 79 y 86.

⁴⁰ Stiglitz Ruben S. y Stiglitz Gabriel A. *“Contratos por Adhesión, ...”* Obra Cit., pág. 6.

una mayor selección, y a precios más bajos instando a los gobiernos a establecer una política de protección al consumidor respecto de los riesgos para la salud y la seguridad. Esta noción también tiene por objeto amparar los intereses económicos de los consumidores, garantizando un adecuado acceso a la información y desarrollar programas de educación, estimulando la formación de grupos de intereses para la debida ilustración de los consumidores y, todo ello, sin que las medidas que se adopten se transformen en barreras para las relaciones internacionales”⁴¹. En la Asamblea General 30/248 de 15 de abril de 1985, se dictaron “Directivas” para la protección de los Consumidores.

Por su parte, la Comunidad Económico Europea (C.E.E.) enunció el Derecho de los Consumidores a partir de la Carta Europea de Protección de los Consumidores del Consejo de Europa (en 1973), y en el Programa Preliminar para un Política de Protección e información a los Consumidores, de la Comunidad Económica Europea (1975); en Resolución del Consejo de 14 de abril de 1975 se aprobó el programa preliminar de la Comunidad Económica Europea para una política de protección e información a los consumidores. El mismo, reconoce cinco categorías fundamentales de derechos entre los que se cuentan: el “derecho a la protección de los intereses económicos”, y el “Derecho a la información y a la educación”. En torno a estos debía elaborarse la política comunitaria en defensa de los consumidores.

Específicamente, en cuanto “a los contratos celebrados fuera del establecimiento”, se aprobó una Directiva con el No. 577 en diciembre de 1985, siendo ubicada en la categoría de protección de los intereses económicos, y contra “los métodos de venta agresivos”. La Directiva de referencia fijó un plazo para el ajuste de las legislaciones internas de los Estados miembros de la Comunidad Económico Europea.

En el ámbito del MERCOSUR se dictó la Resolución G.M.C. No. 123/96 y se realizó un Proyecto de Protocolo de Defensa del Consumidor.

En el interno de nuestro Estado, el Derecho de los Consumidores está *íntimamente vinculado al Derecho Constitucional*, con cuya rama tiene relación (indisociable). Ello responde a que los derechos y garantías fundamentales en torno a los que gira —*libertad, igualdad y buena fe*—, se encuentran reconocidos, y consagrados expresa ó implícitamente en nuestra Constitución (art. 7, 72, y 332)⁴². Tales derechos responden a intereses primordiales del hombre, “gozando de un privilegiado resguardo de tinte preferentemente preventivo, como presupuesto ineludible para el pleno y digno desarrollo de la personalidad, -y - en un apéndice del espectro de los derechos del hombre, caracterizado ahora por la especificidad de su contenido y por el particular emplazamiento de sus titulares en el contexto social, se sitúan modernamente, y como tales vienen declarados y catalogados universalmente, *los derechos fundamentales del consumidor*”⁴³, se ha dicho.

IV. CONSUMIDORES

A) PROTECCIÓN DE SUS INTERESES ECONÓMICOS

El derecho a la protección de los intereses económicos de los consumidores refiere a un conjunto de normas dirigidas a protegerlo frente a contratos que incluyen cláusulas abusivas, a la publicidad engañosa, a los métodos de comercio agresivos, a la insuficiencia de los servicios de asistencia a la clientela, etc., básicamente en la etapa de formación del contrato (oferta y contenido) y su vigencia (cumplimiento, garantías, posibilidad de revocación y responsabilidad). Conlleva el tratamiento y control de actividades comerciales que pueden resultarse económicamente perjudiciales, en forma injustificada. Se relacionan con los problemas ocasionados por el desequilibrio existente entre consumidores y suministradores en un mercado basado en una economía liberal, en el que los principios que lo fundan: libre competencia y autonomía de la voluntad, no resultan adecuados para asegurarlo en la moderna sociedad de consumo⁴⁴. Entonces, específicamente

⁴¹ Highton Elena I. Y Alvarez Gladis S. “La resolución alternativa de disputas (R.A.D.) y el consumidor. El Consumidor ante el conflicto, ¿Qué modos tiene de Resolverlo? En Revista de Derecho Privado y Comunitario No. 5, pág. 232.

⁴² El art. 7 que : “todos los habitantes tienen derecho a ser protegidos en el goce de su vida, libertad.... Nadie puede ser privado de estos derechos sino conforme a las leyes que se establecieron por razones de interés general”.

El art. 72 : “La enumeración de derechos, deberes y garantías hecha por la Constitución, no excluye los otros que son inherentes a la personalidad humana o se derivan de la forma republicana de gobierno”.

El art. 332 prescribe: “Los preceptos de la presente Constitución que reconocen derechos a los individuos, así como los que atribuyen facultades e imponen deberes a las autoridades públicas, no dejarán de aplicarse por falta de la reglamentación respectiva, sino que esta será suplida, recurriendo a los fundamentos de las leyes análogas, a los principios generales de derecho y a las doctrinas generalmente admitidas”.

⁴³ Stiglitz Ruben S. y Stiglitz Gabriel A. “Contratos por Adhesión, Cláusulas Abusivas y Protección al Consumidor” Eitorial Depalma, Bs.As. 1985, pág. 5.

⁴⁴ Botana García Gemma Alejandra “Los contratos realizados fuera de los establecimientos mercantiles y la protección de los Consumidores” Edit. J.B., España 1994, pág. 20 – 21.

respecto a los denominados “Contratos celebrados fuera del Establecimiento”, podemos afirmar que en este ámbito, *el Derecho del Consumidor está constituido por el otorgamiento a éste de Prerrogativas que constituyen límites impuestos a la actividad empresarial, con miras a la recomposición de un equilibrio real entre el “Poder Económico y la dotación de Garantías” para la vigencia efectiva de los Derechos de los Consumidores en la Sociedad de Consumo, y en el marco de una Economía de Mercado*, en cuyo tránsito se percibe la tirantez de los intereses comprometidos (por un lado el interés económico de los Consumidores - y por otro, el interés privado de la libertad de Empresa); y que tutelan uno de los derechos básicos de los Consumidores ubicado en la etapa de formación del contrato.

Nuestro ordenamiento jurídico recoge los “Derechos de los consumidores” en *el art. 6 de la ley 17.250*, entre los que se incluye el Derecho a la Protección de los “Intereses Económicos del Consumidor” derivado o vinculado estrechamente con otros derechos consagrados. La referida norma expresa:

B) La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, la libertad de elegir y el tratamiento igualitario cuando contrate;

C) La información suficiente, clara, veraz, en idioma español...;

D) La protección contra la publicidad engañosa, los métodos coercitivos o desleales en el suministro de productos y servicios y las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, cada uno de ellos dentro de los términos dispuestos en la presente ley.

V. CUATRO DERECHOS BÁSICOS DE LOS CONSUMIDORES: EDUCACIÓN - DIVULGACIÓN - LIBERTAD - IGUALDAD

De la Educación - que tengan los “Consumidores”, depende en parte la eficacia del sistema. No podrán reclamar los Derechos que ignoran tener, de donde resulta la trascendencia de la divulgación de prácticas, sean públicas o privadas (como ser por medio de asociaciones), instrumentadas o propiciadas por el Estado.

A su vez, de la información y educación que obtengan, dependerá la posibilidad de elegir con fundamento y en libertad ⁴⁵.

“La igualdad” constituye un derecho consagrado a texto expreso por la normativa legal de referencia, en sí mismo, uno de los principios generales del derecho, que es aplicable a nuestra materia en vía de integración, a partir de lo dispuesto en el art. 16 del C. Civil aún antes de su sanción de la ley de relaciones de consumo, constituyéndose en Fuente Jurídica protectora de los derechos del Consumidor ^{46 47 48}. Se trata de

⁴⁵ Cfme. Zafir, Dora “Consumidores” Obra Cit. pág. 62.

⁴⁶ Cfme Ordoqui Castilla Gustavo “Algunas reflexiones sobre la protección del consumidor en la contratación por Adhesión a condiciones Generales” en Cuadernos de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, No. 17 (Segunda Serie), pág. 63. Señala el autor siguiendo a Carbonnier, que el derecho contractual está guiado por tres grandes principios que son:

a) El principio del civismo “conforme al cual debe ser combatido todo negocio que sea utilizado para apartarse de la ley, el orden público y las buenas costumbres, sea a través de actitudes ilícitas o fraudulentas.

b) El principio de la sinceridad conforme al cual los negocios deben de representar la realidad de lo querido por las partes debiéndose combatir duramente la simulación.

c) Principio de la Conmutatividad o de la justicia contractual, según el cual partiendo de la base de que se acepte que el contrato no es un fin en sí mismo, la autorregulación de intereses realizada por las partes, debe llevar, siempre que se trate de contratos precisamente calificados como conmutativos por el propio codificador, a soluciones que sean acordes a la justicia conmutativa (art. 1250 del C. Civil). Conmutatividad que debe estar presente no sólo en el origen del contrato sino durante toda su vida jurídica.

⁴⁷ De esta forma *cobran singular relevancia los Principios generales de Derecho. Ellos no requieren ser recogidos en disposiciones positivas, resultan de un proceso de inducción por generalización creciente de las disposiciones del Derecho positivo, resultando anteriores y aún superiores al Derecho positivo, en cuanto forman parte del orden jurídico, y constituyen los soportes estructurales del sistema normativo.*

Ellos sirven de guía y límite diríamos al legislador en cuanto creador de la norma, pero también presiden al intérprete quien quiera que sea (aplicador) en la tarea de interpretar, y colmar los vacíos o lagunas normativas, en su tarea frente al caso concreto, aportando coherencia y unidad al sistema.

⁴⁸ Entre los mismos se encuentra el principio de legalidad ya referido. Otro de los principios de singular trascendencia en este ámbito del derecho es el de **IGUALDAD** pudiéndose advertir la existencia de tres manifestaciones que han sido cuidadosamente estudiadas en el ámbito del derecho financiero: IGUALDAD : 1) EN LA LEY; 2) ANTE LA LEY; y 3) POR LA LEY, cuyos desarrollos pueden resultar parcialmente aplicables a nuestra materia.

Este principio está consagrado a nivel general, en el art. 8 de nuestra constitución “Todas las personas son iguales ante la ley”; y debe considerarse igualmente recogido y consagrado en ella de acuerdo a lo establecido por el art. 72 de la Constitución. Ello supone la existencia de un procedimiento de control de jurisdicción o legitimidad (no de mérito ó político) acordado al órgano jurisdiccional (S.C.J.), que se dispara pudiendo llegar a declarar la inconstitucionalidad de una norma legal, y su desapplicación al caso concreto, cuando la misma este motivada en razones fundamentalmente políticas, afecte principios o reglas (en nuestro caso de igualdad) consagrados expresa o implícitamente en la propia constitución y que le sirven de límite.

Resultan particularmente interesantes, y a nuestro juicio aplicables a nuestra materia -con las distancias del caso-, os desarrollos a propósito de la manifestación de “IGUALDAD POR LA LEY”: que se traduce en la fórmula de “IGUALDAD EN IGUALACIÓN” Esta

una norma que consagra una igualdad real, y no formal, y todo el sistema se estructura en su entorno, constituyéndose en la finalidad misma de la ley.

La doctrina entiende que para el logro del restablecimiento del equilibrio entre las partes de la relación de consumo, deberá exigirse al proveedor, que respete y permita la libertad de elección, sin discriminaciones ni arbitrariedades, otorgando un trato digno y equitativo –al consumidor-. Ello ha de lograrse a través de las obligaciones impuestas por la ley al proveedor: a) actuación de buena fe, esto es, evitando prácticas desleales o abusivas para obtener el consentimiento; b) información clara, suficiente y veraz, que habilite la libertad de elección; c) Sanción de los incumplimientos en sede administrativa; ...⁴⁹.

Y es precisamente, la opción de rescisión o resolución del contrato, consagrada por el art. 16 de la ley cuyo análisis nos convoca, una de las manifestaciones concretas del derecho de libertad e igualdad consagrado en términos generales en el art. 6 de la ley.

VI. OTROS DERECHOS : literales C) y D) del art. 6 ley 17.250

De la información. Se le exige al proveedor que *informe en forma suficiente, clara, veraz, y en idioma español*, señalándose fundamental el control de este derecho por los organismos competentes, atento a que viene siendo sistemáticamente vulnerado por las técnicas de comunicación, en especial las publicitarias, que resultan sugestivas y persuasivas, a fin de lograr incentivar y motivar el consumo a partir de la creación de necesidades⁵⁰. *El porqué de la obligación de informar* es la contracara del derecho a ser informado, y se basa *“precisamente en la desigualdad evidente que tiene –“el consumidor”- frente al proveedor, respecto de los conocimientos sobre los productos y Servicios. La norma persigue la finalidad de facilitar la transparencia con que el consumidor debe prestar su consentimiento, ayudándolo a formar su criterio clara y reflexivamente. Se quiere además, que el consumidor posea toda la información necesaria, en razón de que ese deber, relacionado con la buena fe, se proyecta también en un momento ulterior en la etapa de ejecución ...”*⁵¹. En la etapa de formación del contrato tiene fundamental importancia, y se constituye una de las bases sobre las que se asienta la opción de rescisión o resolución del contrato en las hipótesis de venta fuera del establecimiento, entre otros.

La Dra. Venturini siguiendo a Zafir enuncia los “Principios Básicos de la Publicidad”, entre los que señala: -El principio de identificación: El consumidor debe identificar al proveedor; la vinculación contractual de la publicidad; -Principio de la veracidad, información auténtica que no induzca a error; el de -inversión de la carga de la prueba, el anunciante frente a una demanda por publicidad falsa o engañosa deberá demostrar su veracidad; y -Principio de corrección del desvío publicitario (art. 51)⁵².

En la normativa legal aprobada, se da recepción a la denominada “publicidad correctiva”.

La *“aparición de nuevas técnicas del marketing”*⁵³ y de la *“publicidad”*, han revolucionado el mercado, e impulsado el desarrollo de la figura del *“hombre consumidor”* con perfiles netamente distintos a los que le han caracterizado en cualquier otro sistema socioeconómico...Desde la óptica de los fabricantes, comerciantes, prestadores de servicios, etc, *“la lucha por el consumidor se hace cada vez más molesta, agresiva, penetrante, insinuante, persuasiva y el mundo de nuestros días confirma la conocida afirmación de Erhard “Las mejores mercaderías enmohecerían en los grandes almacenes si no existiese la publicidad”. Para que eso no suceda, la Psicología pone a disposición del empresario los más variados elementos para conocer cómo*

formulación del principio significa en aquella materia de que *la tributación DEBE SER UTILIZADA COMO INSTRUMENTO PARA LOGRAR LA IGUALDAD ENTRE LOS CIUDADANOS*-igualdad por la ley- *con fines de redistribución de la riqueza - lograr la justicia social, ó como forma de incentivar o desalentar ciertas actividades - finalidades económicas.* (FINES EXTRAFISCALES). En la nuestra, entendemos de que la formulación del principio justifica con creces la intervención del Estado –Legislador- a efectos de la recomposición de los desequilibrios en la relación de consumo, especialmente en el ámbito de la formación del contrato, producto de fallas del sistema a las que ya hemos hecho referencia.

⁴⁹ Zafir, Dora “Consumidores” Obra Cit. pág. 63.

⁵⁰ Ibidem. Pág. 68 y sig.

⁵¹ Lopez Cabana, Roberto M. “Información al Consumidor.Régimen Constitucional, legal y reglamentario” en Revista de Derecho Privado y Comunitario No. 7, Rubinzal-Culzoni Editores, Santa Fe 1996 251 –252.

⁵² Venturini Beatriz “La publicidad en la ley de Defensa de las Relaciones de Consumo 17.250” en Anuario de Derecho Civil Uruguayo T 30; Sección Doctrina pág. 735.

⁵³ El Marketing se ha definido como *“la función comercial que identifica las necesidades y los deseos de los clientes, determina qué mercados meta puede atender mejor la organización, y diseña productos, servicios y programas apropiados para atender a esos mercados. Sin embargo el márketing es mucho más que una función aislada de los negocios es una filosofía que guía a toda la organización. La meta del marketing es crear crear satisfacción de los clientes de forma rentable, forjando relaciones cargadas de valor con clientes importantes”* Kotler – Armstrong “MARKETING” Edición adaptada a Latinoamérica – Octava Edición, Editorial Pearson Educación. México D.F. – Prologo.

actúan los consumidores y cuál es la mejor manera de cultivarlos. De estas ideas se deduce que la "publicidad, el crédito y el consumo son tres hechos de la sociedad estrechamente imbricados, a tal punto de ser uno solo" es que la publicidad constituye uno de los núcleos básicos en torno al cual gira la economía, pues la actividad publicitaria y de promoción se constituye en el medio idóneo de facilitar el funcionamiento del mercado. No se niega entonces, que la publicidad alienta la competencia, y consecuentemente, también beneficia al consumidor ⁵⁴.

Se distingue "Publicidad" e "información"; Publicidad "lícita" e "ilícita". Esta última se define como aquella que atenta "contra los principios básicos del sistema de valores imperantes, fomenta la discriminación social y religiosa, infringe el principio de igualdad social, económica y cultural de los sexos, explota la confianza, credulidad o falta de experiencia, apela a sentimientos de miedo, etc.

La Publicidad "engañosa" que se define "toda publicidad que, de cualquier manera, incluida su presentación, induce a error o puede inducir a error a las personas a las que se dirige o afecta, y que, debido a su carácter engañoso, puede afectar su comportamiento económico o que por estas razones, perjudica o es capaz de perjudicar a su competidor" ⁵⁵, englobando pues, a sus dos variedades.

Se destaca además que la publicidad debe ser auténtica, identificable como tal; prohibiéndose la publicidad subliminar, o sea la que actúa sobre el inconsciente mediante estímulos imperceptibles, incitando al consumo, entendiéndose por parte de algunos autores, que atenta contra la dignidad de la persona, pues implica manipulación incompatible con su libertad y dignidad. Constituye una cuestión de hecho determinar si se está ante una publicidad engañosa, a cuyos efectos se acuerdan pautas, tarea que entienden reservada al Juez.

Otras formas de publicidad que prevén algunas normativas es la desleal violatoria de las reglas de libre competencia; la "denigratoria", que está constituida por aquella que, por su contenido, forma de presentación o difusión provoca el descrédito o menosprecio, directo o indirecto de una persona, empresa o sus productos, servicios o actividades, la "parasitaria, adhesiva o apoyada", que induce a confusión con las empresas, ó hace uso injustificado de la denominación, siglas, marcas o distintivos de otras empresas o instituciones; y la publicidad "comparativa" ⁵⁶.

Nuestro derecho consagra a texto expreso protección contra la publicidad "engañosa o ilícita" en el art. 51 de la ley. Entendemos que varios de los supuestos que devienen de la distinción precedente, encuadran dentro de esta categoría jurídica.

Asimismo, debemos señalar que la ley de relaciones de consumo habilita en forma expresa la publicidad comparativa (art. 25); y consagra un régimen de inversión de la carga de la prueba respecto de la veracidad y exactitud material de los datos de hecho contenido en la información o comunicación publicitaria, poniéndose en forma expresa a cargo del anunciante (art. 27). Además, se hace que la publicidad integre el contrato (Publicidad Vinculante).

En una valoración del nuevo régimen, la Dra. Venturini entiende que el balance arroja un saldo ampliamente positivo, por cuanto el legislador ha adaptado los modelos modernamente imperantes, afirmando que la regulación permite su consideración con carácter general, y que es dable recurrir a los principios generales de derecho, que emergen del ordenamiento jurídico, y nos permiten resolver, descendiendo de ellos, incluso aquellas hipótesis no reguladas ⁵⁷.

Por último se otorga protección respecto a "métodos coercitivos o desleales" que engloban prácticas abusivas de oferta previstas en el art. 22. Para unos, conceptualmente vinculadas al concepto de abuso de derecho, y para otros, equivalen a mala fe objetiva en cuanto la conducta se aparte de los cánones de lealtad, probidad, respeto y honestidad ⁵⁸, y cuyos supuestos examinaremos más en detalle.

⁵⁴ Kemelmajer de Carlucci Aída "Publicidad y Consumidores" en en Revista de Derecho Privado y Comunitario No. 5, Rubinzal-Culzoni Editores, Santa Fe 1994, pág. 65 -66.

⁵⁵ Ibidem. Pág. 77 y 87.

⁵⁶ Cme. Ibidem pág- 98 y sig.

⁵⁷ Venturini Beatriz, "La publicidad...." Obra Cit. Pág. 741.

⁵⁸ Zafir Dora, Obra Cit. Pág 73.

VII. LOS SUJETOS DE LA “RELACIÓN JURÍDICA DE CONSUMO”: “EL CONSUMIDOR” , BENEFICIARIO DE TUTELA

Una de las consecuencias del carácter estatutario es que para que exista una relación jurídica de consumo, se requiere que una de las partes sea un consumidor. De ahí la importancia de determinar el ámbito subjetivo de aplicación de la normativa, que por cierto constituye una cuestión que no resulta pacífica en nuestra doctrina⁵⁹. Basta decir que dentro del abanico de posiciones existentes en la interpretación⁶⁰ del concepto de “Consumidor” establecido en el art. 2 de la ley 17.250⁶¹, nos ubicamos en la órbita de las posiciones restrictivas, y particularmente alineada con la sustentada por el Dr. Mariño. Tal postura responde, no solo al hecho de compartir los fundamentos esgrimidos por sus defensores, sino también porque entendemos que en la interpretación de la norma corresponde llegar a resultados restrictivos, por cuanto nos ubicamos en una materia que, como dijimos, conforma un microsistema, el que, también señalamos antes, está regulado por una normativa que ha sido declarada de Orden Público. Ésta introduce desequilibrios para reestablecer el equilibrio en la Relación Jurídica de Consumo -valga la redundancia-, con miras a un fin determinado – la protección del sujeto más débil-; pero que paralelamente, -en su lado negativo- significa la limitación o cercenamiento de otro derecho también consagrado por nuestro régimen jurídico, constituyéndose pues, en una excepción al régimen general.

VIII. NOCIÓN DE PROVEEDOR

La segunda categoría de sujeto en torno a la cuál gira la aplicación de la ley de Relaciones de Consumo es el “proveedor”, cuya noción está consagrada en el art. 3 de la ley 17.250⁶². La definición atiende a la profesionalidad de la actuación de los sujetos en las actividades señaladas, considerándose en doctrina que se trata de una enumeración no taxativa. La normativa legal le impone en forma preceptiva un comportamiento de perfecto ajuste a la “Buena Fe”, a lo largo de todas las etapas de la contratación, desde la precontractual, hasta la de ejecución del contrato. Su trasgresión tiene sanciones muy graves atendiendo al texto del art. 32 de la ley, y haciéndose referencia a las prácticas abusivas en el art. 22 de la ley.

La “noción de buena fe objetiva, refiere actualmente a un modelo abstracto de conducta, que convoca, entre otros, los conceptos de lealtad, probidad, honestidad, corrección, escrúpulos, ausencia de fines caracterizables como espurios en una sociedad y tiempo determinados, cooperación, solidaridad, respeto

⁵⁹ En nuestro medio muchas fueron las discusiones en torno a este tema, generadas a partir de la definición legal incluida en el art. 2 de la ley 17.250, la que contiene imprecisiones producto de una inadecuada técnica legislativa. Las posiciones se ubican en un amplio abanico que gira desde posiciones restrictivas, pasando por posiciones ubicadas en sectores intermedios, hasta posiciones muy amplias, todas esgrimiendo interesantes fundamentos que pueden ser consultadas en los respectivos trabajos, a los que nos remitimos, y que no transcribiremos atento a la existencia de abundante bibliografía especializada sobre el tema, sino también porque exceden los límites de nuestro estudio. Sobre el tema puede Consultarse: Blengio, Juan “Ambito subjetivo de aplicación de las relaciones desde la perspectiva de la noción de Consumidor y la viabilidad de su extensión analógica” en Anuario de Derecho Civil Uruguayo, tomo XXX, F.C.U. pág. 4 463 y sig.; Olivera García Ricardo “El concepto de “Consumidor” en la ley de Relaciones de Consumo” en Tribuna del Abogado 119, octubre-diciembre 2000, pág. 11 y sig.; Sconfienza Roberto “Concepto de “Consumidor” en el Derecho Positivo Uruguayo (Ley 17.250) y su tutela dentro de la “Relación de Consumo” (Consumidor, Usuario, Bystander) en Anuario de Derechi Civil Uruguayo, Sección Doctrina, tomo XXX, pág. 701 y sig. Mariño López Andrés “En torno al Concepto de Consumidor. Estudio del ámbito de aplicación subjetivo de la Ley de Relaciones de Consumo en Anuario de Derecho Civil Uruguayo, tomo XXXI, Sección Doctrina, pág.741 y sig.

⁶⁰ La labor interpretativa de las normas con el objetivo de determinar su verdadero significado y alcance igual que si se tratara de cualquier otro tipo de norma jurídicas, pudiendo arribarse en esa tarea a resultados extensivos o restrictivos del sentido gramatical de los vocablos utilizados en la norma; e incluso en caso de advertirse la existencia de una laguna, pero entendemos que tratándose de un sub-sistema como dijimos, de no encontrarse el concepto dentro del mismo, y habiéndose dispuesto en forma expresa, la aplicación supletoria por disposiciones del C. Civil, los resultados de la interpretación no pueden ser otros que restrictivos, por cuanto se trata de un concepto que hace al ámbito de aplicación subjetiva de la norma de excepción, y porque en el ámbito de dicho derecho – C. Civil- rigen los principios de la autonomía de la voluntad, y la libertad empresarial que la normativa de excepción excluye de aplicación.

⁶¹ El art. 2 de la ley 17250 dispone:
“Consumidor es toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza productos o servicios como destinatario final en una relación de consumo o en función de ella.
No se considera consumidor o usuario a aquel que, sin constituirse en destinatario final, adquiere, almacena, utiliza o consume productos o servicios con el fin de integrarlos en procesos de producción, transformación o comercialización”.

⁶² El art. 3 de la ley 17.250 dispone:
“Proveedor es toda persona física o jurídica, nacional o extranjera, privada o pública, y en este último caso estatal o no estatal, que desarrolle de manera profesional actividades de producción, creación, construcción, transformación, montaje, importación, distribución y comercialización de productos o servicios en una relación de consumo”.

por aquel con quien se interactúa y genera determinados comportamientos que deben asumirse por los sujetos de derecho. Está presente entonces, como regla de conducta fundada en la honestidad, en la probidad, en la consideración para con los intereses de otro, visto como un miembro del conjunto social que está jurídicamente tutelado. Se ha aludido, asimismo, en el análisis del sintagma “buena fe”, al Principio de Buena Fe, y al tratarse se efectuaron disquisiciones en torno a las dos manifestaciones antes referidas.”

Conceptualmente el “PRINCIPIO DE BUENA FE” que inspira la totalidad de nuestros ordenamientos jurídicos, que traduce la expresión del latín “*bona fide*” la que vierte en la mayoría de las lenguas occidentales, según el maestro Couture, “con sinceridad”, y en la que “FIDES”- “fe” se emplea en la acepción de “lealtad, sinceridad, fidelidad a la palabra dada”⁶³.

Dicho principio, más allá de formar parte de los Principios generales de derechos, ha sido recogido por nuestro ordenamiento jurídico positivo como uno de los llamados *conceptos indeterminados*. En efecto, el mismo constituye el contenido del concepto de “Buen Padre de Familia” recogidos por el Código Civil, y el de “Buen Hombre de Negocios” que recoge la legislación comercial. Estos conceptos no resultan simétricos, por cuanto la categoría jurídica de referencia en el orden comercial, conlleva un plus sobre la Civil, en base al criterio o medida de valoración de actuación, y en la medida en que aquellos han hecho de los negocios su profesión habitual. El concepto “se relaciona con ciertas aptitudes, idoneidades y conductas adecuadas y oportunas para la realización de ciertas actividades mercantiles, es de interpretación flexible atendiendo lugar, tiempo y circunstancias” en que se desempeñó el accionar del sujeto, entre otras^{64 65}.

IX. CONTRATOS CELEBRADOS FUERA DEL ESTABLECIMIENTO: HIPÓTESIS DE HECHO INCLUIDAS EN LA NORMA

Analizando la redacción del texto legal de tipo abierto, es posible afirmar que dentro de la categoría jurídica señalada como “oferta de productos o servicios que se realice fuera del establecimiento –local- empresarial” se da cabida a una multiplicidad de formas, entre las que se enumeran tan solo algunas, a título enunciativo.

El maestro Couture define “Establecimiento” como 1. Organización constituida para la obtención de un fin. 2. Lugar donde se desenvuelve habitualmente una actividad comercial, industrial, cultural, etc.⁶⁶ La segunda de las acepciones es indudablemente la que debe utilizarse a los efectos de la interpretación y calificación de las situaciones de hecho incluidas en el artículo 16 de la ley de Relaciones de Consumo.

A partir del examen del texto legal, puede concluirse que se trata de formas de ofertas vinculadas a lo que, en doctrina, se integra en la expresión “ventas agresivas”. Estas, a partir del desarrollo de varios métodos puestos en práctica por las empresas, en ejercicio de la libertad de comercio e industria con el fin de aumentar las ventas de sus productos y servicios, pero que en su lado negativo constituyen al consumidor en víctimas de las influencias y manifestaciones tendientes a suprimir su libre arbitrio. La protección contra tales métodos aparece sobre la segunda mitad del siglo XX, y evoluciona desde una concepción centrada en la tutela de los intereses individuales de los competidores; hacia una protección del orden económico del mercado, tutelando no solo esos intereses, sino abarcando también el interés colectivo de los consumidores, y el interés público del Estado⁶⁷.

⁶³ Couture “Vocabulario Jurídico-Ediciones Depalma 4ta. Reimpresión Bs. As. 1991, pág. 127.

⁶⁴ El deber de actuar con diligencia de un buen hombre de negocios ha sido consagrado por nuestra legislación societaria vigente (Ley 16060 – art. 85) en cabeza de los Administradores y Representantes de las Sociedades. Este concepto también es utilizado por la legislación argentina, y nuestra doctrina señala su contenido a propósito del deber de lealtad, resultando responsables solidariamente frente a la sociedad y a los socios a nivel individual en cuanto resulten perjudicados y en caso de incumplimiento, responsabilidad de la que solamente podrá eximirse una vez planteado en juicio en su contra, acreditando que no ha faltado a sus obligaciones. – Gaggero Eduardo, Perez Idiartegaray Saúl y Rippe Siegbert en “Análisis exegético de la ley 16.060, Tomo I, F.C.U. 1992, pág.- 80 y sig.; Rippe Siegbert “Sociedades Comerciales” Ley 16.060, F.C.U. 2da. Edición - Montevideo 1989, pág. 56.

⁶⁵ La legislación Civil y Comercial Argentina también recogen tales manifestaciones del principio de Buena Fe. Concretamente esta última consagra el concepto de “la diligencia de un buen hombre de negocios” como obligaciones impuestas a los Administradores (art. 59 y 274 de la Ley de Sociedades), imponiendo el deber de lealtad, cuya omisión o violación (que deviene del hecho de que todas sus atribuciones son para emplearse de buena fe y para fines legítimos) resulta del simple conocimiento del carácter abusivo o fraudulento del hecho que se juzga, en la época en que se concreta, sin adoptar las medidas necesarias para impedirlo; deber que también se le impone no solo frente a la sociedad, sino también frente a los accionistas; y en donde la *diligencia exigida constituye un criterio de apreciación que la ley ha fijado al juez se dice en doctrina como “Catabón o estándar jurídico para apreciar la debida diligencia del director en el desempeño de sus funciones...”, estableciéndose una auténtica responsabilidad profesional ya que implica capacidad técnica, experiencia, conocimientos.* (Halperin Isaac – Otaegui Julio C. “Sociedades Anónimas” 2da. Edición – Depalma, Bs. As. 1998, pág. 546 y sig.).

⁶⁶ Couture Eduardo J. “Vocabulario Jurídico” Editorial Depalma, Bs.As. 1991, pág.264.

⁶⁷ Botana, Gemma, “Los contratos...” Obra cit., pág. 31 – 32.

Éstas constituyen actividades que pueden afectar los intereses económicos de los consumidores ⁶⁸, y siguiendo a Botana ⁶⁹ diremos que puede incluir modalidades que no resultan nocivas ó irregulares en sí mismas, pero el carácter agresivo proviene de la vulnerabilidad del consumidor, tratándose de proteger al consumidor contra sí mismo, contra su propia confianza, o inferioridad; quién podría ceder ante la persistencia del oferente, que se vale de la utilización de técnicas agresivas y de comunicación como la del Marketing directo, evitando así que multiplique contrataciones inútiles o dispendiosas ^{70 71}.

Según la doctrina, la finalidad que persigue la tutela legal es triple: 1) Persigue reprimir abusos en interés de los consumidores, garantizando a estos un conocimiento libre, reflexivo y veraz; 2) Igualar las condiciones de concurrencia entre los diferentes métodos comerciales. Los consumidores deben ser libres de elegir ellos mismos las mercancías y los servicios a quien estimen oportuno y conforme a sus necesidades; 3) beneficiar a los comerciantes honestos, saneando en definitiva la profesión ⁷².

En esta categoría jurídica pueden incluirse modalidades distintas a la tradicional *puerta a puerta*, ya sea en lugares de trabajo, durante una excursión. Uno de los métodos más agresivos es la "*Venta a Domicilio*".

Otra de las modalidades que encuadrarían en la categoría, sería los llamados *contratos negociados a distancia*. Se definen como "un modo particular de distribución en el cual el mensaje impreso o transmitido a distancia constituye el vector principal para ofrecer los productos o los servicios a una clientela de consumidores ó profesionales", cuyo proceso consta de tres etapas: 1) El consumidor recibe una oferta a través de una descripción escrita, visual u oral, con indicación del precio y del resto de las condiciones.; 2) sobre esta base efectúa el pedido; 3) más adelante recibirá el producto en el domicilio que indique. Esta doctrina europea entiende que en esta modalidad el consumidor tiene tiempo suficiente para reflexionar, pero el riesgo radica en que la mercadería recibida no se corresponda exactamente con sus deseos o sea defectuosa. Consecuentemente, el otorgamiento del período reflexivo se justifica más bien para el examen del producto, o el conocimiento de las características del servicio contratado ⁷³.

Se reconocen varias submodalidades: 1) Por correo (y mensaje impreso sobre papel por medio de catálogos, publicidad por correo que incluye una orden de pedido, anuncios en prensa, etc.); 2) por teléfono (en llamadas humanas o por un sistema automático); 3) por televisión; 4) por radio; 5) Mediante el uso de instrumentos informáticos o telemáticos ⁷⁴.

Atendiendo al tenor de la norma que estamos analizando y en especial a la enumeración de modalidades, hemos de concluir necesariamente que las mismas están incluidas en el inciso 1 del artículo 6 que comentamos.

En lo referente a las técnicas de contratación se destacan:

1) Contratación puerta a puerta que engloba la modalidad en que no se hace una selección previa ("puerta a puerta en sentido estricto"); la de puerta a puerta de selección por sectores, en la que se advierte el uso de una de las técnicas de Marketing; y aquella que utiliza el método de anuncio de visita, en la que en la primera visita se deja un catálogo, y luego se lo pasa a retirar.

2) Contratación mediante visita en el lugar de trabajo.

3) Contratación en excursión.

4) Contacto telefónico en el que los consumidores generalmente se seleccionan mediante la utilización de una base de datos. Estas quedarían comprendidas, salvo que deriven de una vinculación permanente entre las partes ⁷⁵.

⁶⁸ Cfme. Ordoqui Castilla, Gustavo "Derecho del Consumo" Obra cit. Pág. 104.

⁶⁹ Hemos decidido relacionar sumariamente las diferentes modalidades, en cuanto no encontramos bibliografía nacional que haga una completa referencia al tema, y especialmente porque se trata de prácticas comerciales que vale la pena conocer, por cuanto cada vez son más utilizadas en nuestro mercado, por lo que mucho importa conocer y difundir sus características a los efectos de la correcta calificación por el operador del derecho. En la descripción y con las distancia del caso, iremos siguiendo a la referida autora.

⁷⁰ Botana, Gemma, "Los contratos...." Obra cit., pág. 33.

⁷¹ Psicológicamente el tipo de contratos se caracteriza por: 1) El lugar donde se realiza el contrato no es el habitualmente reservado al comercio; 2) Se juega con el factor sorpresa, y se dirige a personas que no han manifestado su deseo de contratar, encontrándose el vendedor en superioridad por dos motivos, eligió el momento de la visita, y el argumento de venta encuentra al cliente desamparado, sorprendido, y que se siente incómodo ante la dialéctica persuasiva utilizada; 3) Usualmente el vendedor ofrece un solo tipo o marca de productos, y el cliente no puede comparar precio o calidades de ofertas semejantes; 4) La rapidez de la contratación, hacen pensar que la adquisición no fue madura y reflexiva. 5) Los factores económicos, personales, sociales son estudiados por el marketing como determinantes del comportamiento de los consumidores; 6) conocimiento de las dificultades de acreditar el abuso, derivadas de que es, una contratación sin testigos Ibidem. Pág. 34.

⁷² Ibidem pág. 47.

⁷³ Ibidem. Pág. 37.

⁷⁴ Ibidem. Pág. 38-42.-La C.E.E. realizó un programa comunitario dentro del Plan trienal de actuación, que refiere a estos contratos con una muy detallada regulación, que puede encontrarse comentada en la obra citada, y no se transcribirá por tratarse de una regulación específica para los países que la conforman.

⁷⁵ Zafir "Consumidores", Obra cit. Pág. 157.

5) Ventas en reunión o llamadas “Home Parties”, técnica consistente en la contratación a través de un sistema de reuniones organizadas por una “presentadora” en casa de un “consumidor-anfitrión” que invita a vecinos, amigos y familiares, y se hace una presentación, resultando recompensada con regalos o descuentos sobre el valor de sus pedidos. Esta técnica es particularmente agresiva, por cuanto conlleva métodos de presión, ligados a la idea de cortesía.

6) Contratación de particular a particular, denominada “piramidal o a la bota de nieve, e incluye un reclutamiento de vendedores, y constituye una modalidad que estaría excluida de la categoría, por cuanto para el ingreso se requiere que la relación se trabaje entre comerciante-consumidor.

Otras modalidades se caracterizan por los fundamentos esgrimidos para promoverlas, como las “ventas de caridad” en las que se argumenta que los productos fueron fabricados por minusválidos, etc. Y otras son aquellas en que profesionales entran a los hogares bajo pretexto de la realización de encuestas o sondeos, y en una segunda fase el vendedor lo visitará proponiéndole la compra de determinado artículo.

También se conocen las ventas con promesa de entregas de regalos, o participación de concursos, etc. Para que las mismas queden englobadas conforme a nuestra normativa, debemos tener presente que se requiere que la oferta se realice fuera del establecimiento.

Por último, otra de las prácticas que se ajustaría a la categoría, sería la llamada “Switch-selling”, en la que el comerciante hace el reclamo a través de la oferta de un producto a precio muy ventajoso, pero al presentarse al domicilio del consumidor, intenta venderle un modelo más caro, argumentando que la recepción lleva tiempo de espera.

Otra de las modalidades que recibe el mismo tratamiento que las ventas realizadas fuera del establecimiento, son aquellas relacionadas a prácticas que se realizan en locales acondicionados para recibir al potencial contratante a quien se propone el negocio, que en nuestro país han tenido una desdichada y reciente difusión con los ofrecimientos de tiempos compartidos, soluciones vacacionales, y ofrecimiento de tarjetas de descuentos para viajeros. Las condiciones del ofrecimiento, escaso tiempo de duración de la oferta, y la utilización de métodos de compulsión con que se acompañaba el evento (aplausos y ridiculización), justifican con creces la asimilación de las soluciones⁷⁶, por cuanto coinciden los fines de la tutela legal con algunas de las modalidades analizadas.

X. PLAZO DE REFLEXIÓN - RESCISIÓN O RESOLUCIÓN - DEVOLUCIÓN DE LAS PRESTACIONES - NEGOCIOS JURÍDICOS CONEXOS

La fórmula legal de combate a este numeroso elenco de prácticas y conductas que son consideradas disvaliosas por nuestra normativa, consiste en acordar al “Consumidor” un *plazo de cinco días hábiles, contratos desde la formalización del contrato o de la entrega del producto*, durante el cual, el “consumidor” –unilateralmente- tendrá derecho a optar por la rescisión o resolución de pleno derecho (ipso jure) del contrato, comunicándola en forma fehaciente (comprobada) sin expresión de causa justificante, y sin que quepa atribuirle ningún tipo de responsabilidad por el hecho de hacer uso de dicha opción legal.

Se trata de una facultad lícita (un derecho subjetivo como se verá), acordada por la ley únicamente al Consumidor (parte más débil de la relación jurídica de consumo, y presuntamente constituido en víctima de las prácticas abusivas: presión, sorpresa, etc), en hipótesis de hecho en que la oferta encuadre en cualquiera de las modalidades de la categoría jurídica estudiada. Dicho beneficio constituye un régimen de excepción al general de los contratos previstos por el Derecho Privado; y resulta impuesto preceptivamente a las partes (es inderogable), por cuanto está contenido en una norma de Orden Público.

Rescisión – Resolución – y Receso Unilateral.

Citando a Couture quien define a la “Rescisión” como: 1. Acción y efecto de extinguir un contrato normalmente de ejecución continuada o sucesiva, por causas supervinientes a su perfeccionamiento, y con referencia sólo hacia el futuro, -3. Impropiamente, resolución; y “Resolución” como : 2. Acción y efecto de extinguir un contrato por causas supervinientes a su perfeccionamiento, con alcance retroactivo⁷⁷.

⁷⁶ Ibidem pág. 157.

⁷⁷ Couture, “Vocabulario...” Obra citada, pág. 422 y 425.

Se entiende que Rescisión, Resolución y Revocación “son modos de dar por extinguido un vínculo contractual válido, antes del vencimiento del término, entendiéndose que el ámbito de aplicación de la rescisión, será exclusivamente el campo de los contratos bilaterales y en aquellos contratos en vías de cumplimiento, sea de ejecución continuada o tracto sucesivo, o en aquellos cuyos efectos aún no han comenzado a producirse”.

“Se trata de un modo anormal de extinción contractual, partiendo de la premisa de que los contratos se celebran para ser cumplidos y para que produzcan efectos durante todo el plazo de duración que las partes le otorgan, produciendo sus efectos para el futuro, “ex tunc”, y por tanto resultando firmes las prestaciones cumplidas por ambas partes, dependiendo de una causa sobreviniente.” Dos son las formas de rescisión: bilateral o unilateral, y ésta, puede tener fuente legal o convencional ⁷⁸. La revocación se reserva para los contratos unilaterales.

Conceptualmente, “*resolución*” es un acto jurídico extintivo o modo de disolución de un contrato, y por ende de las relaciones jurídicas de él nacidas, que tiene lugar en virtud de una causa o hecho sobreviniente a la celebración del acuerdo negocial, que fue o debió ser tomado en cuenta por las partes en forma explícita o implícita al momento de contratar, siendo ello en ocasiones derivado de la frustración del efecto esperado y en otras configurante y consecuencia de la concreción de tal efecto, que opera retroactivamente sobre el negocio oportunamente otorgado, volviendo la situación de las partes al statu quo ante, excepto en lo relativo a prestaciones divisibles cumplidas y recíprocamente equivalentes, que quedarán firmes”. Se señala que es un acto jurídico extintivo, porque la voluntad de una parte interviniente en el negocio está directamente enderezada a obtener el desbaratamiento o aniquilamiento de derechos subjetivos, resultante del contrato oportunamente otorgado. Se entiende que desde el punto de vista de su naturaleza jurídica, “es una facultad de un sujeto de derecho de prevalerse de determinadas previsiones del Derecho Objetivo u ordenamiento jurídico, en orden a obtener un cierto resultado” ⁷⁹.

En nuestro país se ha entendido que la “Rescisión Unilateral” es un derecho potestativo conferido por ley o por acuerdo de partes, a través de una declaración de voluntad recepticia, por la cual se decide unilateralmente dar por extinguida una relación obligacional contractual. Se distingue de la “revocación”, en sus efectos, ya que en el desistimiento unilateral surten efectos hacia el futuro (“ex nunc”).

Se diferencia de la resolución, dado que su fundamento no es el incumplimiento de la obligación pactada por la contraparte; y de la nulidad, porque esta última supone que el contrato no se ha formado válidamente ⁸⁰.

Más allá de la distinción entre resolución y rescisión, que tiene singular importancia en el momento de la determinación de los efectos de la diferenciación, lo cierto es que la ley de relaciones del consumo, en forma expresa incluye ambas fórmulas de extinción en su art. 16.

Tratándose de un contrato de cumplimiento continuado (por ejemplo arrendamiento de servicios), el plazo de cinco días hábiles para el ejercicio del recesso se cuenta desde la formalización del contrato; y si se tratara de un contrato celebrado a distancia, desde la recepción de la aceptación.

Devolución de las prestaciones - y

Negocios Jurídicos Conexos o Vinculados.-

A partir de las notas características enunciadas por Mosset Iturraspe ⁸¹, ensayaremos una descripción de los contratos conexos en los siguientes términos: constituyen una categoría heterogénea, y admiten multiplicidad de manifestaciones, se trata de aquellos celebrados entre dos o más sujetos (personas físicas o jurídicas), que presentan una estrecha vinculación funcional, a partir de una finalidad económica común, con efectos jurídicamente relevantes, situándose a mitad de camino entre la “independencia” y la dependencia contractual; en orden a los riesgos y la responsabilidad.

La norma dispone que si el consumidor ejerciere el derecho a resolver o rescindir el contrato, deberá procederse a la devolución de las prestaciones, disponiendo textualmente que: “el proveedor deberá restituir inmediatamente al consumidor.” La demora dará lugar a la actualización de las sumas a restituir, co-

⁷⁸ Solignac, Nidia y otros, “Rescisión” en “Contratos – Problemática Moderna” obra bajo dirección de Carlos A. Ghersi, Ediciones Jurídicas Cuyo – Mendoza – Argentina, pág. 54.

⁷⁹ Cuiñas Rodríguez, Manuel, “Resolución” en “Contratos – Problemática Moderna” Solignac, Nidia y otros, obra cit., pág. 83, 87, y 88.

⁸⁰ Ordoqui Castilla, Gustavo, “Lecciones de Derecho de las Obligaciones”, pág. 61 y sig.

⁸¹ Mosset Iturraspe, Jorge, “Contratos Conexos – Grupos y redes de contratos, Editorial Rubinzal – Culzoni, Santa Fe- Argentina, 1999, pág. 43-44.

Estos contratos han tenido gran difusión en la operativa empresarial a partir de la aplicación del principio de autonomía de la voluntad, y el desarrollo de la subcontratación, del fenómeno de colaboración empresarial, y con la difusión de los contratos atípicos o innominados.

mentándose en doctrina que no habiendo un plazo pre-fijado en la norma para efectivizarla, rige la solución subsidiaria del art. 1440 del C. Civil (10 días contados a partir del nacimiento de la obligación, o sea desde el momento en que se comunica la opción), y basta la intimación por cualquier medio (art. 131 ley 15.002), para que comience la actualización conforme al régimen de la ley 14.500⁸².

La ley también establece que los gastos de envío – en caso del proveedor, del dinero a devolver ej. Importe de giro o transferencia- corren por su cuenta, cargando el consumidor con el pago de los gastos de devolución del producto.

Sin embargo, las situaciones que particularmente interesan a nuestro tema, son aquellas en las que se utilizan instrumentos cambiarios (emisión por el consumidor de títulos valores) como medio de pago, o finalidad cautelar de las obligaciones, en el marco de una relación de consumo. La solución acordada por la ley es igual que en el caso que se tratara de un pago diferido efectuado con tarjeta de crédito, y se procederá a su análisis más adelante.

Sin perjuicio de lo expuesto diremos que, si bien la emisión de un título valor no constituye un contrato, se hace en el marco de un contrato que refiere a la obligación fundamental, y puede en sí mismo calificarse como negocio jurídico. Consecuentemente, le resultan aplicables las nociones generales sobre conexidad contractual. Ambos negocios se encuentran íntimamente vinculados en el sentido de conexión que arriba señaláramos. El propio texto de la ley así lo reconoce, cuando en consecuencia del ejercicio de la opción por la resolución o rescisión del contrato por el consumidor, quita eficacia a las formas de pago diferida, entre las que se encuentran indudablemente la emisión de cheques, vales, conformes pagarés.

XI. TÍTULOS VALORES. NOCIONES GENERALES - LA ABSTRACCIÓN

Conceptualmente hemos de tener presente que los *títulos valores* son documentos de carácter necesario y solemne, a los que en forma voluntaria y unilateralmente se les incorpora un derecho literal y autónomo (art. 3 ley 14.701), (en dinero, mercaderías, o constituyen una participación), *cuya emisión puede revestir tres modalidades: a) nominativos; b) a la orden; c) y al portador*. Los *títulos valores de contenido dinerario a los que nos referiremos* (en adelante T.V.) están regulados por el Decreto ley 14.701 y sus modificativas (letras de Cambio, Vales, Conformes y Pagarés), y por la ley 14.412 (Cheques) aplicándoseles como derecho común a todos el título primero de la ley de T.V.. Son una de las *tres categorías* que se conocen por contraposición a los que son representativos de mercaderías, que confieren el derecho de disponer de las mercaderías como los conocimientos de embarque, la Carta de porte, y los certificados de depósito de mercaderías o Warrants todos ellos con una regulación dispersa incorporada fundamentalmente al C. Comercio; y a los los títulos de participación (acciones, bonos o partes beneficiarias y las obligaciones) reguladas por la ley 16.060 de Sociedades Comerciales y ley de mercado de valores 16.479 que son las otras dos categorías que los conforman. Quedan fuera del régimen de la ley de T.V. las tarjetas de créditos las tarjetas magnéticas, y demás tarjetas⁸³.

Le son características por un lado la solidaridad pasiva de todos los firmantes; la de abstracción que hace que una vez creados se independicen de la relación fundamental que le dio origen, imposibilitando que el obligado al pago, pueda excepcionarse invocando dicha relación. Entre otros.

Con las notas de autonomía y abstracción, se persiguió la finalidad de facilitar su circulación, priorizando los valores “Certeza”, “Seguridad Jurídica”, y “Rapidez” en el tráfico jurídico; valores por los que optó el legislador, en la búsqueda de promover el fortalecimiento de la posición del acreedor - ejecutante ante el régimen procesal de entonces, lento y benigno para el deudor.

La abstracción es la nota que mayores discusiones ha generado, principalmente a partir de la interpretación del régimen de limitación de las excepciones que se pueden interponer en el marco del juicio ejecutivo cambiario. Este tema ha dividido a la doctrina entre causalistas y no causalistas, y todos han elaborado un cúmulo de muy fundados argumentos especialmente a propósito de los títulos valores incompletos o emitidos en blanco⁸⁴.

⁸² Zafir Dora, “Consumidores” Obra citada, pág. 161.

⁸³ Rodríguez Olivera Nury - “Evaluación de la aplicación de la ley de T.V.” en A.Der. Com. t.8, pág. 17 y sig.

⁸⁴ No procederemos a desarrollar el tema no solo porque excede del marco de nuestro estudio sino porque existe abundante bibliografía de muy calificada doctrina que consultar. Rodríguez Olivera, Nury, “Acciones y excepciones cambiarias.-Rodríguez Olivera, Nury, “Títulos Valores” en L.J.U. Tomo 119 - Secc. Doctrina, pág. 3 y sig. Pérez Fontana Sagunto F., “Títulos-Valores” Obligaciones Cartulares. II Análisis de la ley 14.701, F.C.U – 1ra. Reimpresión,1992; y Rev. De Der. Com. Y de la Empresa 5 – 6 .-Merlinski Ricardo “Títulos Valores Incompletos” en Títulos Valores – Problemática Vigente.-Rippe Siegbert, “De la oponibilidad relativa de las excepciones causales

XII. PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR “VERSUS” SEGURIDAD JURÍDICA “BUENA FE” y RESPONSABILIDAD

En el cumplimiento de nuestro cometido, y a efectos de comenzar a despejar el cúmulo de interrogantes planteadas inicialmente, debemos realizar dos puntualizaciones: la primera es que partimos de haber dado una respuesta afirmativa al centro de nuestro de nuestra propuesta. Entonces, el comerciante – Proveedor en la terminología de la ley de relaciones de consumo- resulta responsable, y ha de responder frente al consumidor, en aquellas situaciones en las que se utilizaron instrumentos cambiarios (emisión por el consumidor de títulos valores) como medio de pago, ó finalidad cautelar de las obligaciones, en el marco de una relación de consumo –relación fundamental y conexa que justificara la emisión- generada a partir de la celebración de una de las modalidades de contrato realizado fuera del establecimiento; se ha resuelto o rescindido de pleno derecho por la comunicación en tal sentido realizada por el consumidor dentro del plazo de reflexión y en forma fehaciente al amparo de lo dispuesto en el art. 16 de la ley 17.250; y no puede de hecho devolver los títulos por haberlos puesto en circulación.

La “devolución inmediata” le está impuesta por cuanto el inc. 3 del artículo de referencia dispone en forma expresa que en caso de rescisión o resolución “...quedarán sin efecto las formas de pago diferido de las prestaciones emergentes de dicho contrato que éste hubiera instrumentado a través de tarjetas de crédito o similares. Bastará a tal efecto que el consumidor comunique a las emisoras de las referidas tarjetas su ejercicio de la opción...”.

La segunda puntualización es la de que estos desarrollos se realizarán a partir de las bases conceptuales (marco teórico) expresadas en a lo largo de toda nuestra exposición precedente.

Indudablemente, que la situación planteada implica una variada gama de dificultades de hecho y de derecho para el “Consumidor”.

No se le devuelve el título; desconoce su paradero y consecuentemente el poseedor legitimado para su cobro conforme a la ley de circulación. Si éste le reclama y paga para recuperar los títulos, debe tomar recaudos asegurarse no sólo que el tenedor esté legitimado para el cobro, sino que sea capaz⁸⁵; si no se le reclama y desconoce al legitimado puede consignarlo a la orden del Juzgado que lo autorice para que éste entregue el importe a quién lo reclame.

Si no paga, eventualmente puede resultar sujeto a una medida de embargo y sujeto a ejecución judicial en caso de que se persiguiera el cobro del título en la vía ejecutiva cambiaria; vía en la que tendrá escasas posibilidades de éxito en caso de que interponga excepciones en base a la relación fundamental (resolución ó rescisión del contrato por los que se emitieron él (los) títulos). Además se le actualizará el monto con la aplicación de los intereses corrientes, resultando de su cuenta el pago de los costos y costas de la ejecución.

Frente a su co-contratante deberá a su vez intimar la devolución de los títulos, esperar el transcurso de 10 días y recién si persiste el incumplimiento, se le actualizará el monto consignado en el (os) títulos al amparo de la previsión legal (art. 16 ley 17250).

Cualquiera sean las medidas, las acciones judiciales o las defensas quiera promover o deba interponer, ocasionarán gastos, honorarios y molestias, que a veces en los hechos pueden superar ampliamente incluso el precio del producto o servicio adquirido o contratado en el negocio de fondo.

Dependiendo de la situación personal del “Consumidor”, también puede llegar a generársele daño moral, y eventualmente, otro tipos de daños del más diverso orden.

Frente al tenor de la norma en cuestión, nuestra doctrina habla de la existencia de un *período de interinidad* durante el cual las emisoras de tarjetas deberían tomar ciertos resguardos a los efectos de no pagar a los proveedores, y en caso de emisión de títulos valores, la proveedora no podrá negociarlo antes de dicho plazo, debiendo tales empresas controlar que la fecha de emisión tenga una antigüedad mayor a los cinco días hábiles. La consagración del derecho de arrepentimiento que determina la ineficacia de la instrumentación separada del pago diferido, introduce una modificación en los títulos valores, los que solo adquirirán

en el juicio ejecutivo cambiario” en A. Der. Com. T. 3, Torello – Viera, “La improponibilidad de la pretensión” en Rev. Uruguaya de Derecho Procesal 3/81, pág. 227 y sig. Van Rompaey Leslie “Alcance procesal de la inadmisibilidad de las excepciones causales en el juicio ejecutivo cambiario” en Títulos Valores – Problemática vigente, pág. 97 y sig.-Gorkinkiel “Sobre las excepciones causales en la ejecución cambiaria” en L.J.U T. 87, pág. 47 y sig. “Abstracción – Excepciones Causales” en Títulos Valores – Problemática vigente, pág. 153 y sig.; y “La excepción de completamiento abusivo de los títulos cambiarios: Importante viraje jurisprudencial” en L.J.U. Sección Doctrina, Tomo 125, pág. 3 y sig.

⁸⁵ Rodríguez Nuri. “Títulos Valores” 4ta. Edición actualizada- Editorial Universidad- Montevideo, pág. 143.

las características que los tipifican cinco días hábiles después de su suscripción, la que seguramente debe coincidir con la fecha de contratación o del recibo de la mercadería; reconociendo de que el punto más neurálgico refiere a los vales que se suscriben por separado y que son transferibles mediante endoso o simple entrega, cuando son al portador, haciendo referencia a la existencia de una normativa banco-centralista (Decreto 409/96, y circular 11.11.96) que impone el cumplimiento de determinados extremos que no se cumplen en los hechos^{86 87 88 89}.

Por su parte el Dr. Facal al considerar la situación, y a partir de la distinción de las diferentes situaciones que podrían configurarse con la emisión del pago con tarjeta de crédito – asimilable a la situación que analizamos-, y ante la interrogante de si la ley de Relaciones de Consumo quiebra en este caso el principio de autonomía de los títulos, entiende que debe regir la buena fe contractual, y ante la circulación de los títulos valores, y que “los terceros de buena fe no podrán verse afectados”. Agrega además de que la no restitución del título valor, más allá de la devolución del dinero hará incurrir tanto al proveedor como al emisor en responsabilidad de acuerdo a lo establecido en la ley 17.250, art. 32 y sig. Que establecen el concepto de incumplimiento y sus respectivas sanciones. Respecto a la abstracción, afirma textualmente que “... sin duda la legislación vigente en materia de relaciones de consumo estaría alterando la abstracción del título valor así como está concebida en nuestra doctrina. La posibilidad que la propia causa que le dio origen sea la esgrimida a efectos de impedir la libre circulación y el desmembramiento de la obligación principal y negocio jurídico que lo originó”. “Indudablemente esta norma se torna ineficaz ante la circulación del título no pudiendo afectar a terceros de buena fe, pero entre partes inmediatas e incluso frente a terceros de mala fe, creemos la solución podría ser otra”. Dice a posteriori de que “la relación de consumo se extingue, pero además se extingue el pago sin importar el instrumento utilizado para hacer efectivo el mismo... entendiendo de que la promoción de un juicio ejecutivo cambiario en virtud de un título originado en una relación de consumo y en la cual el consumidor optó por las facultades que le acuerda la ley en determinadas condiciones, es sin duda un caso de notoria mala fe contractual, que sin duda es interés de la ley 17.250 erradicar” y ante la interrogante de cómo solucionar el problema de la inoponibilidad que surge de la enumeración taxativa del art. 108 y la obligación impuesta de restituir el título...?”- reconoce y agrega luego- que “Será sin duda una cuestión de amplio debate” y reitera que “solo en los casos previstos y consagrados a texto expreso por la norma analizada, el Juez deberá apartarse del criterio anticausalista utilizado hasta el momento y consagrar, justicia y buena fe contractual, la solución prevista en la ley que regula las relaciones de consumo⁹⁰”.

Modestamente, y con el respeto que nos merece la opinión de la muy calificada doctrina, nos permitidos coincidir tan solo parcialmente con las soluciones y fundamentos propuestos.

Hemos de tener presente de que nuestra hipótesis de hecho se ubica en un punto de confluencia de dos órdenes normativos. El primero en sancionarse fue la ley de Títulos valores, que como se señalara el régimen dispuesto caracterizó a los títulos de las notas de autonomía y abstracción, a los efectos de facilitar su circulación, priorizando los valores “Certeza”, “Seguridad Jurídica”, y “Rapidez” en el tráfico jurídico. Tal ha sido la opción formulada oportunamente por el legislador, con el fin de promover el fortalecimiento de la posición del acreedor ejecutante ante un régimen procesal lento y benigno para el deudor. El régimen general vigente de los títulos valores derivado de las disposiciones de la ley 14.701 data de mucho más de 30 años y la ley de cheques 14.412 es aún anterior.

⁸⁶ Zafir Dora, “Consumidores”, Obra citada, pág. 163 – 164.

⁸⁷ La doctrina Española con una legislación diferente pero enfrentada a la misma problemática, hace referencia también a la existencia de un período de interinidad. Consultar García Cortés, Juan Carlos “Las Obligaciones Cambiarias” en Orduña Moreno y Colaboradores “Contratación y Consumo”, Rorant lo Bi/anch- Valencia 1998 – España, pág. 358 y sig.

⁸⁸ Algunas de las disposiciones de la ley 17.613 acuerdan al Banco Central del Uruguay cometidos cuya materialización encuadra en la categoría de “actividad de contralor” e incluso algunas potestades de carácter “sancionatorio” ó “punitivo” de las entidades de intermediación financiera, que se adicionan a las imperantes en virtud de la ley de intermediación financiera (decreto ley 15.322 con las modificaciones de la ley 16.327) y las que se derivan de la ley orgánica del Banco Central (ley 16.696). - El Contralor Administrativo del Estado al giro Bancario realizado por particulares en nuestro medio se realiza básicamente en el presente a través de la SUPERINTENDENCIA DE INSTITUCIONES DE INTERMEDIACIÓN FINANCIERA organismo desconcentrado del B.Central del Uruguay. Tal contralor reconoce remotos antecedentes en nuestra primera constitución, reconociéndose la existencia de un aumento progresivo de disposiciones y soluciones tendientes al contralor y fiscalización de la actividad Bancaria, algunas veces a cargo del Poder Ejecutivo, otras del BROU, y finalmente del Banco Central del Uruguay en forma exclusiva o acumulativamente; no solo en lo que hace a la legalidad, sino también en cuanto al mérito . (Ver Delpiazzo Carlos- Olivera García Ricardo “Contralor de la Banca Privada” Ediciones Jurídicas Amalio M. Fernández – Mdeo. 1980).

⁸⁹ A partir de la sanción de la ley orgánica del Banco Central 16.696 la vigilancia de las entidades del sistema de intermediación financiera lo realiza a través de la Superintendencia de las Intituciones de Intermediación financiera (art. 38 – 39), contralor que asume diversas formas y oportunidades, constituyéndose en una fiscalización que penetra en diversos ámbitos de las empresas alcanzadas. Cfme . Ibidem Delpiazzo “El Banco Central del Uruguay”, Edit. Amalio M. Fernández. 2da. Edic. Mdeo. 1998.

⁹⁰ Ibidem. Pág. 12 – 13.

El régimen legal de protección del Consumidor, ha sido sancionado recientemente – en términos relativos- constituyéndose en un conjunto de normas imperativas y prohibitivas ⁹¹ que deriva del carácter de Orden Público con el que están investidas.

Hemos señalado pormenorizadamente aquellos fenómenos que se fueron configurando y luego generalizado desde hace larga data en el ámbito científico, tecnológico, social, económico y hasta político a los que somos ajenos, y que prepararon el camino para la recepción a todo nivel de un régimen tutelar de los derechos del consumidor. Su recepción en nuestro derecho positivo, no resulta ser una manifestación aislada, y tampoco resulta exclusiva de nuestro régimen jurídico, sino que responde tan sólo a una pronunciada tendencia desde hace varias décadas de derecho comparado, constituyéndose paralelamente en una respuesta a imperativos del orden regional e internacional del que formamos parte.

Hicimos referencia entonces, al fenómeno de “Unificación del Derecho del Comercio Internacional”, a la “Reducción de los Estados”, y ampliación del ámbito de actuación de la empresa privada, en zonas en donde antes imperaban monopolios Estatales, a fenómenos de “Integración regional y Multilateral”, y a la “globalización”. Al advenimiento de nuevas tecnologías, el “Comercio Electrónico”, el surgimiento y proliferación de novedosas modalidades de “Contratos” (como los negocios “atípicos y anexos y vinculados) cuyo uso generalizado tiende a satisfacer los intereses de las empresas; el fenómeno de asociación entre empresas a nivel nacional e internacional (especiales vínculos), etc.

De todos y cada uno de ellos, quisimos aportar más que noticia de su existencia, aderezándole algunos comentarios y definiciones principalmente en las notas, que permitiera transmitir no sólo su imagen, sino alguno de los efectos y consecuencias que provocaron en la realidad en que se insertaron, y de las transformaciones e incidencia que provocara en las diversas ramas del derecho.

También hemos dado una acabada idea de la recepción y alcance de los derechos fundamentales del hombre y básicamente del “Régimen de Tutela al Consumidor” que de él se derivan, no solo a nivel constitucional, y a los principios generales del derecho que lo regulan; sino que hemos hecho alusión a Declaraciones, pactos, directivas, etc que se constituyen en fuentes de nuestro derecho positivo, derivadas de acuerdos, y organizaciones de las que formamos parte, etc a nivel regional e internacional; y en ocasiones han impuesto la modificación y ajuste de la legislación interna a los parámetros que ya imperaban internacionalmente y a nivel de derecho comparado. En todo momento hemos querido no solamente hacer referencia a los derechos consagrados, sino también, y muy especialmente, dejar traslucir los “Valores” y las “Finalidades” de la normativa, por cuanto el derecho como sistema tiende regular comportamientos, pero paralelamente constituye un medio de realizar valores de la comunidad como veremos seguidamente.

Teniendo presente los desarrollos precedentes, y a efectos de cumplir con nuestro cometido se impone, siguiendo a Supervielle proceder al análisis de las normas jurídicas desde un punto de vista lógico para establecer un marco teórico que nos permita fundamentar nuestra posición ⁹². El citado autor señala que las normas que tienden a ordenar la conducta desde el punto de vista social, y las que constituyen la expresión típica del deber jurídico, representado por el deber de abstenerse del acto anti-jurídico. Si viola su deber, comete un acto antijurídico. Estas, generalmente están protegidas para su cumplimiento por una sanción, establecida explícita ó implícitamente por el ordenamiento positivo. Pasando a un plano de la realidad ontológica referida a la conducta humana que es el objeto de la norma afirma siguiendo a García Maynez: “que solo existen frente a ella tres tipos de actos: los actos ordenados, los actos prohibidos y los actos libres. Lo que no está jurídicamente prohibido, dice este autor, está jurídicamente permitido.... Cuando un acto no está jurídicamente prohibido podemos afirmar, sin más que el derecho lo permite, o lo que es igual, que otorga la facultad de ejecutarlo. Que existe el derecho de hacer lo que no se prohíbe es evidente, pues si tal facultad no existiese, la misma conducta se hallaría, a un tiempo, prohibida y no prohibida, lo que implica contradicción”... Las conductas que concuerdan con las normas que las regulan constituyen el campo de lo lícito. Dicha conducta está representada: a) por la ejecución de los actos ordenados; b) por la omisión de los actos prohibidos y c) por la ejecución u omisión de los actos que no están prohibidos ni ordenados.

Es conducta ilícita aquella en que se produce la omisión de los actos ordenados o la ejecución de los actos prohibidos. Este principio se ha recogido explícitamente en nuestra constitución en su art. 10 al expresar: “Ningún habitante de la República está obligado a hacer lo que no manda la ley, ni privado de lo que ella no prohíbe”.

⁹¹ Dice Bernardo Supervielle citando a Dabin “En la síntesis: leyes imperativas debe entenderse en un sentido especial, técnico, como de leyes no susceptibles de derogación, es decir no supletivas” (Supervielle Bernardo “Las leyes imperativas y prohibitivas”, pág. 786); nota que además viene impuesta por la calificación de Orden Público asignada por el legislador y a la que ya hemos hecho referencia.

⁹² Procederemos a la transcripción de varios párrafos de la obra de Supervielle en atención a que sus consideraciones conforman un invaluable aporte que permite el desarrollo de los fundamentos a nuestra posición.

-Luego agrega- Dice acertadamente García Maynez: "Lo que se llama deber jurídico es, pues, la restricción de la libertad exterior de una persona, derivada de la facultad concedida a otra u otras, de exigir de la primera, una cierta conducta, positiva o negativa. Expresado de otro modo, tenemos el deber de hacer (o de omitir) algo cuando se nos niega el derecho de optar entre hacerlo y omitirlo. La libertad, en sentido jurídico, es una magnitud variable y los cambios que experimenta se producen en función de los deberes que el derecho objetivo impone a cada sujeto. A menor número de obligaciones, mayor libertad y viceversa".... Para apreciar si una conducta es o no ilícita, habría que prescindir de toda apreciación crítica respecto de la misma y detenerse exclusivamente en su confrontación con la norma jurídica". Citando más adelante a Llambías de Acevedo expresa que El derecho "es un sistema de disposiciones puestas por el hombre "para regular la conducta social de un círculo de hombres y como un medio de realizar valores de la comunidad""⁹³.

Dicho autor entiende de que "Para saber qué es lo que está jurídicamente prohibido, que es lo que está categóricamente ordenado, no es suficiente la simple lectura y exégesis de las disposiciones que integran el derecho positivo. Es necesario examinar su fundamento y el fin que persiguen las normas y las instituciones jurídicas".

-Dice- "La vida social es de una extrema complejidad. Los problemas y conflictos que se presentan deben resolverse de acuerdo a un conjunto de disposiciones que no se adaptan siempre con facilidad a las distintas formas que puede presentar, en los hechos, la conducta humana. Un análisis superficial, a través de la mera aplicación de las normas en vigencia, puede llevarnos a admitir, como actos lícitos, es decir, no sometidos a un mandamiento imperativo o a una prohibición, maneras de actuar que conspiran en sus resultados contra los valores esenciales que pretende realizar el derecho. En la aplicación de todos los sistemas la jurisprudencia ha considerado siempre fundamental no detenerse en un examen meramente lógico y formal de las normas jurídicas, aún tratándose de legislaciones en las que priva la ley escrita, como fuente principal del derecho; admite la existencia de una axiología que inspira cada norma, cada institución, cada sistema en su unidad. No es posible lo expresaba Llambías, suprimir la consideración axiológica y teleológica del derecho.

-Agrega- "La formación reciente del derecho laboral, del derecho administrativo, del derecho económico y tributario, -léase del derecho del consumidor en nuestro caso- responde a esta necesidad y solo se explica jurídicamente recurriendo a ciertos principios básicos que, para poder realizarse, han debido crear normas de derecho al margen de textos legales expresos y, muchas veces, en contradicción con ciertas disposiciones que, por su generalidad, estaban llamadas a disciplinar esos fenómenos jurídicos"⁹⁴.

Seguidamente procede a realizar diversas clasificaciones de las normas jurídicas, y entre ellas la que se funda en la fuente formal de la norma creada por Merkl y desarrollada por Kelsen, haciendo referencia a la existencia de una jerarquía en las normas, que sigue un orden lógico y necesario en esta teoría. En la cumbre se sitúa la Constitución, y luego en grado de importancia la ley, los decretos, los reglamentos y demás ordenanzas etc. Pero además-dice que - "...existen normas que se desprenden de principios generales del derecho. Estas últimas constituyen, según algunos autores, "el contenido del que podemos llamar derecho fundamental, el cual está integrado, como elemento básico, por los principios de derecho natural permanentes, inmutables, universales y, complementariamente, por los principios, fase o ciclo histórico de la civilización"⁹⁵.

Más adelante haciendo referencia a la calificación de norma de orden público dice que "varios factores tienden a modificar, en lo que se refiere al derecho privado, ese carácter facultativo, del que están imbuidos nuestros Códigos cuando reglamentan relaciones de interés privado, sobre todo en lo que refiere a los negocios jurídicos.

-Agrega- "Debemos observar que ha ido penetrando lentamente pero en forma progresiva y creciente, la idea de un derecho social o, si se quiere, la existencia de un factor social en el derecho. Radbruch señaló que detrás de la abstracción niveladora del concepto de persona, concebida en forma abstracta y con criterio igualitario, surge la individualidad concreta, el estado de poder o debilidad social. Se abre en esta forma la posibilidad de tomar en consideración situaciones específicas para proteger a los débiles y limitar los excesos del poder social. La idea de igualdad está en la base del derecho individual. El derecho social se funda en la idea de coacción. En el primero reina la justicia conmutativa, y en el otro la justicia distributiva. Pero desde que el individuo es considerado como un ser social, la relación jurídica de carácter más privado es concebida, no como un negocio que interesa solamente a las personas que participan en él, sino como una relación social...". Hace referencia a que esta influencia del aspecto social se expresa en la estructura formal del

⁹³ Ibidem pág. 789 y 791-792.

⁹⁴ Ibidem. Pág 793 -794.

⁹⁵ Ibidem. Pág. 794 - 794.

derecho de tres maneras, una de las cuales es la infiltración del contenido de las obligaciones sociales en el derecho privado subjetivo ⁹⁶.

De lo precedentemente expuesto, y de los desarrollos a propósito de los derechos humanos y del consumidor incluidos en el presente estudio podemos rescatar tres órdenes de ideas centrales:

A) La aparente contradicción entre la normativa y los valores jurídicos insertos en el régimen de los “Títulos Valores”, y el que “Tutela a los consumidores” de revelado a partir de nuestra hipótesis de hecho, no puede sorprendernos, sino que debemos visualizar de que ella se explica racionalmente por razones históricas, ya que recibieron sanción en épocas diferentes. En segundo lugar, y en el ínterin (más de 30 años) nuestro régimen jurídico abrió sus puertas normas impregnadas de nuevos valores que vinieron a insertarse en un orden pre-existente.

Destaquemos aquí, la nota de orden público, que nos transmite una idea de la existencia de una graduación en la valoración, y nos permitirán resolver el conflicto, determinando cuales deben primar. Evidentemente, la balanza se inclina por la normativa de protección a los Consumidores.

Esta consideración axiológica debe ser tenida muy en cuenta en el momento de determinar la licitud o ilicitud de la conducta de nuestro comerciante – Proveedor-. Si bien, se presentaría como ajustada a derecho atendiendo al tenor de la normativa sobre títulos valores, analizando con más profundidad las normas, los valores y finalidades insertos en cada uno de los regímenes en cuestión, debemos necesariamente concluir de que la conducta de quién puso en circulación los títulos en el período de reflexión, a sabiendas de que asistía el derecho de opción legal por la rescisión ó resolución a favor de su co-contratante, debe ser calificada como ilícita.

Recordando a Bernardo Supervielle podemos decir: “El derecho positivo vigente en una comunidad política determinada está representado por un conjunto de normas jurídicas que regulan la conducta de los sujetos, con el fin de establecer un orden social”, y “El orden social regulado por el derecho positivo trata de reglamentar la conducta de los sujetos de derecho con la finalidad primordial de mantener el orden, la seguridad, de establecer, hasta de donde sea posible, la justicia en las distintas relaciones sociales, y de lograr la realización de otros valores de la comunidad que varían en función de las convicciones y principios que caracterizan un estado de cultura y de civilización. En ellos intervienen factores religiosos, morales, políticos, típicamente sociales y, en la actualidad, con cierta preeminencia, aspectos económicos que interesan al hombre y al núcleo a que pertenece.

A la misma conclusión debe llegarse a partir del análisis de los “principios generales del derecho”, derivados de nuestra constitución, y que son aplicables en toda su extensión a las relaciones de consumo. Nos referimos concretamente al principio de “igualdad”, especialmente en las dos manifestaciones a las que hemos hecho referencia en el marco teórico del presente estudio : “Igualdad en la ley” e “Igualdad por la ley”(igualdad por igualación), ya que la consagración en el derecho positivo de los derechos del consumidor constituye la materialización de la éste.

El estatuto del consumidor consagra la de la igualdad material, que corresponde al hombre situado, imponiéndose una actuación del Estado para igualar por la ley, con fundamento en el art. 72 de la Constitución de la República.

Las distinciones resultantes a partir de la aplicación del principio de igualdad en el marco de la relación de consumo, le son impuestas al legislador desde un punto de vista formal, en cuanto atienden a reconocer derechos y garantías derivadas de directivas impuestas, y de derechos y garantías, reconocidos a los Consumidores por Tratados Internacionales ratificados por nuestro país, y de Declaraciones de derechos realizadas por organismos internacionales y regionales suscriptas por él. Paralelamente, conforman un orden supranacional preceptivo para nuestro Estado por un lado, y por otro, resulta de aplicación en el orden interno. Tienen rango legal en caso de estar incluidos en un tratado ratificado por nuestro país; y rango constitucional, sean derechos ó garantías, si se recogen en declaraciones o directivas, en aplicación de lo dispuesto en el art. 72 de la Constitución de la República. De ahí se deriva también como uno de los Principios Generales de Derecho. Ambos se constituyen en fuente formal del Derecho del Consumidor”, y por tanto forman parte de nuestro derecho positivo vigente, y del Estatuto del Consumidor.

Desde el punto de vista material las distinciones fundadas en el principio de igualdad en ambas manifestaciones resultan también impuestas al legislador, por cuanto tales distinciones y la protección de la parte débil en la relación de consumo, resulta “Razonable”. Emerge del propio del campo económico, que tiende a mantener la llamada “Economía de Mercado sustentable”.

El principio de igualdad entonces, debe empezar a considerarse como un “Valor Supremo” (Superior ó Principal) de nuestro Ordenamiento jurídico, (concepto axiológico ó de valoración), constituyéndose así en

⁹⁶ Ibidem pág. 798 – 799.

un principio básico en la interpretación de todo el orden jurídico (manifestación del principio de igualdad que desde hace tiempo tiene recepción en Europa según tenemos informes⁹⁷).

Sus derechos se incluyen entre los llamados Derechos Humanos de la Tercera Generación. Se sostiene que los derechos humanos incluidos en los instrumentos internacionales, integran esencialmente el Derecho Constitucional⁹⁸, por lo tanto se incluye la tutela de los derechos económicos del consumidor en aplicación de lo dispuesto en el art. 72 y 332 de la Constitución; y que se encuentran seriamente comprometidos en la hipótesis de hecho en estudio.

El segundo Principio General de aplicación es el de "Buena Fe". La Buena Fe objetiva pasó a constituir un comportamiento impuesto al proveedor en el marco de una relación de consumo, cuyo incumplimiento genera su responsabilidad, por cuanto se convierte en una conducta ilícita, en tanto resulta contraria a un deber impuesto. Se trata de un régimen agravado, atendiendo a la profesionalidad del sujeto más fuerte de la relación de consumo, en su calidad de comerciante.

Los fundamentos del principio deben rastrearse también no solo en el orden jurídico nacional, sino en el supra-nacional como en el caso anterior.

Podemos decir con Supervielle⁹⁹ que "A pesar de la complejidad creciente del orden jurídico la libertad sigue siendo el presupuesto fundamental de nuestro sistema..."; y completando la idea, siguiendo a Stiglitz¹⁰⁰ agregaremos de que los "límites constitucionales al desarrollo de la actividad privada, en cuanto no puede usurpar las esferas de la seguridad, salud, libertad y dignidad humanas, advierten que hoy "utilidad social" no es más sinónimo de "interés de la producción o del sistema de la empresa".

XIII. CONCLUSIONES

1) El Comerciante –"Proveedor" en la terminología de la ley de Relaciones de Consumo- resulta responsable por todos los daños y perjuicios que genere al "Consumidor" como resultado de haber puesto en circulación un título Valor emitido en el marco de una relación de consumo, cuyo contrato se rescindió o resolvió de pleno derecho por el ejercicio de la opción legal en tal sentido que le acuerda el art. 16 de la ley 17.250, y no proceder a su devolución "de inmediato"; aún cuando la referida ley no haya previsto la situación.

2) La conducta del proveedor constituye un comportamiento ilícito, por contrariar un deber jurídico que le estaba impuesto por el ordenamiento jurídico.

3) La contradicción entre los regímenes jurídicos de los Títulos Valores, y el que tutela los Derechos de los Consumidores, en la situación fáctica planteada, no puede resolverse exclusivamente con el examen del texto legal, sino que debe procederse a un examen axiológico o de valores de ambos regímenes jurídicos para determinar cuál de las normas debe primar. Y en esta confrontación ha de primar el último, en consideración a los valores que encierra, y a la nota de Orden Público que le asigna el legislador.

4) Los fundamentos jurídicos que justifican la responsabilidad de referencia, y el derecho a reparación pueden derivarse de la aplicación de los Principios Generales de Derecho (igualdad y buena fe).

5) El "Estatuto jurídico de los Consumidores" se conforma no solamente con las normas legales y reglamentarias de orden interno, sino que lo integran otras normas de origen supra-nacional que hayan declarado derechos, ó previsto garantías a los Derechos Humanos (-léase fundamentales).

6) El orden tuitivo de origen supra-nacional extiende su protección a los "intereses económicos de los consumidores" que integran el orden de los llamados Derechos de Tercera Generación, y que resultan comprometidos en la hipótesis de hecho que nos convoca.

⁹⁷ Risso Ferrand, Martín "Derechos Humanos y las Diferencias Sociales" Conferencia en el Centro de Estudios Judiciales el 31.11.1998.

⁹⁸ Perez Manrique Ricardo "Panorama de la Jurisprudencia de la Suprema Corte de Justicia en materia de Derechos Humanos" en Revista de la Judicatura No. 41, Mdeo. 2000, pág. 249.

⁹⁹ Bernardo Supervielle "Las leyes imperativas y prohibitivas", pág. 780.

¹⁰⁰ Stiglitz, Ruben y Gabriel, "Contratos por Adhesión..." Obra cit. Pág.7.

BIBLIOGRAFÍA

Gherzi, Carlos y colaboradores "Contratos –Problemática Moderna – Ediciones Jurídicas Cuyo, Mendoza –Argentina.

Facal Julio "Las relaciones de Consumo y los Títulos Valores: Tres interrogantes y sus posibles soluciones" en Tribuna del Abogado enero-Febrero 2004.

Garrigues, Joaquín, "Hacia un nuevo Derecho Mercantil" (Escritos, Lecciones y Conferencias) Editorial TECNOS- Madrid.

Piaggi Ana, "El Derecho Mercantil en el siglo XXI visto desde el MERCOSUR" en Revista de Derecho Privado y Comunitario No. 18.

Rocca, María Elena "Arrendamiento de Servicios y de Obra en la Función Pública" en Revista de Derecho público No. 23.

Casagne, Juan Carlos "Estudios de Derecho Público" Editorial. Depalma - Bs.As. 1995. -Rracciatti, Octavio Carlos "Modalidades de Tercerización en el Sector Público" en Cuarenta y dos estudios sobre la descentralización Empresarial y el Derecho del Trabajo – F.C.U. Mdeo. 2000, pág. 117. -Gros Espiel Héctor "MERCOSUR TRATADOS DE ASUNCIÓN DE 1991".

Piaggi, Ana, "El Derecho Mercantil en el S. XXI..." Obra cit. Pág. 498 y sig., y 503).

Lorenzetti, Ricardo "internet. Su impacto en el Derecho en Revista "Lex" año V, No. 7 – 2001m. -Ordoqui Castilla, Gustavo en "Algunas Reflexiones sobre la Protección al Consumidor en la Contratación por Adhesión a condiciones generales" en Cuaderno de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales No. 17-segunda serie".

Delpiazzo, Carlos, "Contratación Administrativa", Universidad de Montevideo – Facultad de Derecho – Mdeo. 1999, pág. 103 y sig. Y bibliografía allí citada.- Delpiazzo, Carlos, "Marco normativo de la contratación administrativa F.C.U– Mdeo. 2003.

Bugallo Montaña Beatriz "Internet, comercio electrónico y propiedad intelectual" Mdeo, 2000.

Rippe Siegbert "La propiedad industrial en el Uruguay", Edit. F.C.U., 1999.

El Trabajo Intelectual – Constitución, Ley y Derecho Internacional" Conferencia pronunciada en 1999 con el auspicio del Consejo de Derechos de Autor del M.E.C.

Mosset Iturraspe "Contratos Conexos", Rubinzal –Culzoni Editores, Bs. As.

Mezzerá Alvarez. Curso de Derecho Comercial, t. IV, actualizado y ampliado por Rippe Siegbert, Edit. F.C.U., 5ta. Edic. Mayo 1998.

Bugallo, Beatriz "Manual Básico de Derecho de la empresa" Edit. F.C.U., 2000

José Luis Shaw y Victor Sujánov "Los problemas Tributario del Grupo de Sociedad como unidad" en Rev. I.U.D.T. No. 13.

Rodríguez Russo "Contribución para la determinación del régimen jurídico aplicable a los tipos contractuales atípicos" en A.D.U. t. XXX.

Juan Blengio "Hacia una contratación más equilibrada y justa? Crónica de algunos remedios generales al desequilibrio de la relación contractual. En Anuario de Derecho Civil Uruguayo Tomo 31.

Moset Iturraspe, Jorge, "Introducción al Derecho del Consumidor" en Revista de Derecho Privado y Comunitario No. 5 – Rubinzal- Culzoni Editores, Santa Fe 1994, pág. 8.

García de enterría, Curso de Derecho Administrativo tomo I, (Quinta Edición), Edit. Civitas, Madrid 1992.

Lorenzetti Ricardo Luis "El Derecho Privado como Protección del Individuo particular" en Revista de Derecho Privado y Comunitario.

Creimer, Ismael "Apuntes complementarios sobre el Derecho de Protección del Consumidor" en Cuadernos de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales – Segunda Serie No. 17- Mdeo. 1991.

Echevarría Petit, José Luis, "La calificación como orden público del art. 362 de la ley 16.060 y mayorías alternativas para los supuestos en él previstos" en Tribuna del Abogado, Mayo-Abril, 2000.

García de Enterría, Eduardo "La lucha contra las inmunidades del Poder en el Derecho Administrativo, Ediciones Civitas en Revista de Occidente – Madrid-España 1974, pág. 34 y sig.)-. Brito Mariano "El principio de legalidad e interés público en el derecho positivo Uruguayo" en L.J.U. Tomo 90, Sección doctrina.

Zafir, Dora "Consumidores" Análisis Exegético de la la Ley 17.250. F.C.U. Mdeo.2002.

Mosset Iturraspe Jorge "Introducción al Derecho del Consumidor" ...Obra cit.

Highton Elena I. Y Alvarez Gladis S. "La resolución alternativa de disputas (R.A.D.) y el consumidor. El Consumidor ante el conflicto, ¿Qué modos tiene de Resolverlo? En Revista de Derecho Privado y Comunitario No. 5.

Stiglitz Ruben S. y Stiglitz Gabriel A. "Contratos por Adhesión, Cláusulas Abusivas y Protección al Consumidor" Eitorial Depalma, Bs. As. 1985.

Botana García Gemma Alejandra "Los contratos realizados fuera de los establecimientos mercantiles y la protección de los Consumidores" Edit. J.B., España 1994.

Ordoqui Castilla Gustavo "Algunas reflexiones sobre la protección del consumidor en la contratación por Adhesión a condiciones Generales" en Cuadernos de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, No. 17 (Segunda Serie).

Lopez Cabana, Roberto M. "Información al Consumidor.Régimen Constitucional, legal y regla-

mentario" en Revista de Derecho Privado y Comunitario No. 7, Rubinzal-Culzuloni Editores, Santa Fe 1996.

Venturini Beatriz "La publicidad en la ley de Defensa de las Relaciones de Consumo 17.250" en Anuario de Derecho Civil Uruguayo T 30; Sección Doctrina.

Kotler - Armstrong "MARKETING" Edición adaptada a Latinoamérica - Octava Edición, Editorial Pearson Educación. México D.F. - Prologo.

Kemelmajer de Carlucci Aída "Publicidad y Consumidores" en Revista de Derecho Privado y Comunitario No. 5, Rubinzal-Culzuloni Editores, Santa Fe 1994.

Couture "Vocabulario Jurídico-Ediciones Depalma 4ta. Reimpresión Bs. As. 1991.

Gaggero Eduardo, Perez Idiartegaray Saúl y Rippe Siegbert en "Análisis exegético de la ley 16.060, Tomo I, F.C.U. 1992.

Rippe Siegbert "Sociedades Comerciales" Ley 16.060, F.C.U. 2da. Edición - Montevideo 1989.

Halperin Isaac - Otaegui Julio C. "Sociedades Anónimas" 2da. Edición - Depalma, Bs. As. 1998.

Solignac, Nidia y otros, "Rescisión" en "Contratos - Problemática Moderna" obra bajo dirección de Carlos A. Gherzi, Ediciones Jurídicas Cuyo - Mendoza - Argentina.

Cuiñas Rodríguez, Manuel, , "Resolución" en "Contratos - Problemática Moderna"

Mosset Iturraspe, Jorge, "Contratos Conexos - Grupos y redes de contratos, Editorial Rubinzal - Culzuloni, Santa Fe- Argentina, 1999, pág. 43-44.

Blengio, Juan "Ambito subjetivo de aplicación de las relaciones desde la perspectiva de la noción de Consumidor y la viabilidad de su extensión analógica" en Anuario de Derecho Civil Uruguayo, tomo XXX, F.C.U.

Delpiazzo "El Banco Central del Uruguay", Edit. Amalio M. Fernández. 2da. Edic. Mdeo. 1998.

Delpiazzo Carlos- Olivera García Ricardo "Contralor de la Banca Privada "Ediciones Jurídicas Amalio M. Fernández - Mdeo. 1980).

García Cortés, Juan Carlos "Las Obligaciones Cambarias" en Orduña Moreno y Colaboradores "Contratación y Consumo", Rorant lo Bi/anch- Valencia 1998 - España.

Gorkinkiel "Sobre las excepciones causales en la ejecución cambiaria "en L.J.U T. 87, pág. 47 y sig." Abstracción - Excepciones Causales" en Titulos Valores - Problemática vigente, pág. 153 y sig.;

Gorkinkiel "La excepción de completamiento abusivo de los títulos cambiarios: Importante viraje jurisprudencial" en L.J.U. Sección Doctrina, Tomo 125.

Mariño López Andrés "En torno al Concepto de Consumidor. Estudio del ámbito de aplicación subjetivo de la Ley de Relaciones de Consumo en Anuario de Derecho Civil Uruguayo, tomo XXXI, Sección Doctrina.

Merlinski Ricardo "Títulos Valores Incompletos" en Titulos Valores - Problemática Vigente.

Olivera García Ricardo "El concepto de "Consumidor" en la ley de Relaciones de Consumo" en Tribuna del Abogado 119, octubre-diciembre 2000.

Pérez Fontana Sagunto F., "Títulos-Valores" Obligaciones Cartulares .II Análisis de la ley 14.701, F.C.U - 1ra. Reimpresión, 1992.

Perez Manrique Ricardo "Panorama de la Jurisprudencia de la Suprema Corte de Justicia en materia de Derechos Humanos" en Revista de la Judicatura No. 41, Mdeo. 2000.

Rippe Siegbert, "De la oponibilidad relativa de las excepciones causales en el juicio ejecutivo cambiario" en A. Der. Com. T. 3.

Risso Ferrand, Martín "Derechos Humanos y las Diferencias Sociales" Conferencia en el Centro de Estudios Judiciales el 31.11.1998.

Rodríguez Nuri. "Títulos Valores" 4ta. Edición Actualizada- Editorial Universidad- Montevideo.

Rodríguez Olivera , Nury , "Acciones y excepciones cambiarias.-Rodríguez Olivera , Nury , "Títulos Valores" en L.J.U. Tomo 119 - Secc. Doctrina.

Rodríguez Olivera Nury - "Evaluación de la aplicación de la legislación de la ley de T.V." en A.Der. Com. t.8.

Sconfianza Roberto "Concepto de "Consumidor" en el Derecho Positivo Uruguayo (Ley 17.250) y su tutela dentro de la "Relación de Consumo" (Consumidor, Usuario, Bystander) en Anuario de Derechi Civil Uruguayo, Sección Doctrina, tomo XXX.

Supervielle Berardo "Las leyes imperativas y Prohibitivas".

Torello - Viera, "La improponibilidad de la pretensión" en Rev. Uruguaya de .Derecho Procesal 3/81.

Van Rompaey Leslie "Alcance procesal de la inadmisibilidad de las excepciones causales en el juicio ejecutivo cambiario "en Titulos Valores - Problemática vigente.