

ÍNDICE GENERAL

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

INTRODUCCIÓN

Introito metodológico	1
Breve exordio sobre el derecho del consumidor	2

CAPÍTULO PRIMERO

NOCIONES GENERALES SOBRE LOS DERECHOS HUMANOS Y FUNDAMENTALES

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

CAPÍTULO SEGUNDO

TUTELA INTERNACIONAL Y SUPRANACIONAL
DE LOS CONSUMIDORES

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

CAPÍTULO TERCERO

LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES
EN EL DERECHO CONSTITUCIONAL COMPARADO

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

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

CAPÍTULO CUARTO

DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES EN EL MODELO CONSTITUCIONAL ESPAÑOL

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

CAPÍTULO QUINTO

LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES EN LA CONSTITUCIÓN ARGENTINA

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

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

CAPÍTULO SEXTO

DERECHOS SUBJETIVOS DE LOS CONSUMIDORES

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

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

CAPÍTULO SÉPTIMO

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

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

CAPÍTULO OCTAVO

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

I. Naturaleza de los derechos de los consumidores: nuevos paradigmas....	411
1. Aproximación entre los conceptos de “consumidor”, “ciudadano” y “persona”	412
2. La sustancia “colectiva” de los intereses de los consumidores	417
3. Los derechos de los consumidores como “nuevos” derechos socia- les	420
4. Paralelismo entre los derechos de los consumidores y los ambien- tales	423

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

CAPÍTULO NOVENO

CONCLUSIONES

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

ANEXO

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