



La publicidad en la contratación bancaria **Por Augusto H. L. Arduino**

El artículo 1379 del Código Civil y Comercial que comenzara a regir a partir de agosto próximo establece que la publicidad, la propuesta y la documentación contractual deben indicar con precisión y en forma destacada si la operación corresponde a la cartera de consumo o a la cartera comercial, de acuerdo a la clasificación que realiza el Banco Central de la República Argentina. Esa calificación no prevalece sobre la que surge del contrato, ni de la decisión judicial, conforme a las normas de este Código.

Asimismo los bancos deben informar en sus anuncios, en forma clara, la tasa de interés, gastos, comisiones y demás condiciones económicas de las operaciones y servicios ofrecidos.

El precepto se inscribe en la regulación de la contratación bancaria que incorpora el nuevo Código, en correlación con la garantía constitucional prevista por el artículo 42 de la Constitución Nacional y la ley 24240 y sus modificatorias.

El Código Civil que dejara de regir se inscribía en la concepción primigenia con que fuera redactado por Vélez Sarsfield que respondía a la filosofía del siglo XIX: liberal, individualista y positivista.

La denominada reforma de 1968 (Ley 17711) cambia en parte dicha filosofía adoptando la teoría del abuso del derecho, de la lesión, de la imprevisión, resignificando el concepto del derecho de propiedad, poniendo el énfasis en la buena fe como principio jurídico rector de las relaciones contractuales y la equidad como base de solución de conflictos humanos.

La sanción de la ley de defensa del consumidor 24240 y sus modificatoria y la previsión constitucional del artículo 42, constituyen, en grandes rasgos los peldaños precedentes de la regulación que se incorpora al Código Civil y Comercial en materia de contratación bancaria.

La Constitución Nacional establece en su artículo 42 que los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección y a condiciones de trato equitativo y digno.

La ley 24240 y sus modificatorias regulan el derecho a la información adecuada y veraz del consumidor.

La incorporación de la contratación bancaria al Código Civil y Comercial trae como consecuencia la regulación de la publicidad en relación a sus clientes en general y al consumidor bancario en particular.

En la relación banco – cliente existe consenso doctrinario en perfilar a la actividad que desarrollan las entidades financieras con un carácter profesional, es decir que ésta se desenvuelve por profesionales expertos en la materia.

Ello encuentra su justificación en el delicado campo de actuación de las entidades financieras, que reclama un alto grado de profesionalidad de las mismas, ya que por una parte operan con el ahorro público, lo que exige un extremo cuidado en evitar que dichos ahorros se esfumen o se pierdan bajo imprudentes operaciones de créditos o mala gestión; y por otra parte, al ser protagonistas esenciales del mercado de dinero, sus aciertos o errores de gestión habrán de incidir en la política económica general del país, de donde se sigue que tal actividad debe ser no sólo debidamente regulada y supervisada, sino también ejercida profesionalmente.

Se ha expresado que la relación banco –cliente es una relación asimétrica y por naturaleza conflictiva, por tanto tratar como iguales a quienes genéticamente son desiguales implica dejar sin protección a los más débiles siendo función del Estado equiparar tal desigualdad (Lovece, Graciela, *La publicidad y los bancos. Aplicación del art.8º, ley24240* en Ghersi, Carlos, Weingarten, Celia, *Contratos bancarios-Aplicación de la ley del consumidor*, p.61.Nova Tesis, Rosario, 2007.)

El artículo 1379 regula con carácter general, y en el marco de las normas que procuran dar transparencia a las condiciones contractuales, el deber de informar por parte de las entidades financieras, tanto en la publicidad como en las propuestas y la documentación contractual el tipo de operación, de cartera consumo o de cartera comercial informando en sus anuncios en forma clara la tasa de interés, gastos, comisiones y demás condiciones económicas de las operaciones y servicios que ofrezcan.

El artículo consagra el deber de información en la contratación bancaria. Esa obligación implica que la información que proporcione sea cierta, objetiva, veraz, detallada, eficaz, completa e idónea respecto de la tasa de interés a aplicar, los gastos que la operación demande y las comisiones a percibir, abarcando tanto la etapa precontractual, la celebración, la ejecución y la conclusión del contrato.

En suma la información proporcionada debe permitir al cliente comprender el alcance patrimonial de las obligaciones que asume para determinar los riesgos a los que se expone y así poder decidir sobre la conveniencia de la misma.