

EL DEBER DE INFORMACIÓN EN LA LEY DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y SU LLEGADA AL CÓDIGO CIVIL Y COMERCIAL.

*Por Pablo Bagaláⁱ

La Constitución Nacional, en su reforma del año 1994, introdujo un capítulo en su parte dogmática denominado “Nuevos Derechos y Garantías”, y en particular su artículo 42 consagró los derechos de los consumidores y usuarios en estos términos: “...*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...al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos...*”.

En lo que aquí interesa resaltar el art. 4 de la Ley 24.240, modificado por la 26.361, regula el derecho a la información en los siguientes términos: “*Información. El proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización. La información debe ser siempre gratuita para el consumidor y proporcionada con claridad necesaria que permita su comprensión*”.

La información es uno de los pilares en los que se asienta el sistema de protección al consumidor.

En la relación de consumo la información se erige en un elemento esencial entre las prestaciones indispensables para la concreción de un contrato. La comunicación al consumidor debe ser apropiada, de manera tal que le permita tomar la decisión libre de aceptar el producto o servicio o de rechazarlo.

La regulación de la información en las relaciones de consumo consagra tanto un derecho fundamental, cuyo titular es el consumidor o usuario, como un deber a cargo del prestador. Este débito es más acentuado que en las relaciones jurídicas de derecho común y su contenido es el de suministrar los datos suficientes para evitar que la otra parte incurra en error o le impida ejercer un derecho.

Su fundamento es claro: la desigualdad que presupone que una de las partes esté informada y la otra desinformada sobre un determinado hecho que ejerza influencia en el consentimiento de ésta última y la lleve a contratar en condiciones desfavorables. Es decir, de haber estado ambas partes informadas, no se hubiese llevado a cabo la contratación o se hubiese realizado con condiciones más favorables.

La Corte Suprema de Justicia de la Nación ha dicho que una de las prerrogativas fundamentales que se reconoce a los particulares en el ámbito de las relaciones de consumo radica en el derecho a ser nutrido de elementos ciertos y objetivos, detallados, eficaces y suficientes sobre las características esenciales del producto objeto de la contratación. Se trata de una herramienta basilar del sistema protectorio estatuido por los arts. 42 de la Constitución Nacional y 38 de la Constitución Provincial, y que se justifica en la desigualdad material que caracteriza a los partícipes de las relaciones de consumoⁱⁱ.

Si bien el art. 4 de la Ley 24.240 se ocupa del instituto, también existen varias normas diseminadas en el articulado que hacen referencia a él y que se correlacionan (arts. 6, 8, 10, 25, 28, 34, 36, 37, etc.).

En ese sentido, explica Ricardo Lorenzetti que las características del deber de información son: “-*Los hechos susceptibles de influir sobre la decisión del consumidor; - Los datos que hagan a la invalidez del contrato; - Los referentes a los vicios de la cosa; Los relativos a la funcionalidad de la cosa o servicio; La información que el prestador debe brindar es fundamental en todas las etapas de la negociación, desde los preliminares hasta la extinción del contrato*”ⁱⁱⁱ.

La esencia del derecho a la información resulta ser la necesidad de suministrar al consumidor conocimientos de los cuales carece para permitirle realizar una elección racional y fundada respecto del bien o servicio que se pretende adquirir.

Básicamente, la obligación de información encierra dos aspectos: uno negativo (abstenerse de dar información errónea) y otro positivo (el de transmitir toda la información exigible). Será exigible aquella información que sea necesaria para el receptor de la misma al efecto de la formación adecuada de su consentimiento contractual.

Así, por caso, jurisprudencialmente se ha dicho que *“el deber constitucional de brindar una información adecuada y veraz se relaciona directamente con la certeza, autenticidad y comprobabilidad de la misma, en función de la disponibilidad de datos que una parte tiene y de la cual la otra -claramente más débil en la relación jurídica- carece. En tal sentido, la información debe cubrir la etapa genética y funcional ya que es cumplimiento del deber de*

buena fe la prestación de servicios informativos permanentes y actualizados. La información debe estar relacionada con la complejidad del negocio y la educación del receptor, en cuanto a su extensión y exhaustividad”^{iv}.

No puede pasar por alto que la nueva Compilación Civil y Comercial (CCyC) refiere al deber de información en el art. 1100 en estos términos *“Información. El proveedor está obligado a suministrar información al consumidor en forma cierta y detallada, respecto de todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, las condiciones de su comercialización y toda otra circunstancia relevante para el contrato. La información debe ser siempre gratuita para el consumidor y proporcionada con la claridad necesaria que permita su comprensión”*.

Este artículo coexiste con el régimen de la Ley de Defensa del Consumidor (LDC) por lo que su violación tendrá como efecto la posibilidad de solicitar la nulidad del contrato o la de una o más de sus cláusulas (art. 37 LDC) con más los respectivos daños ocasionados por la responsabilidad del proveedor.

Algún sector doctrinario manifiesta que la redacción del art. 1100 del CCyC es algo defectuosa en relación con el actual art. 4 de la Ley de Defensa del Consumidor, que fija el deber de brindar al consumidor información "en forma cierta, clara y detallada" mientras que el nuevo texto se limita a exigir información "cierta y detallada", eliminando el calificativo de "claro". Pero cabe señalar que, en su última parte, la reciente norma exige que la información se proporcione con una "claridad necesaria que permita su comprensión".

En definitiva, el nuevo texto legal tiene un significado: coloca al deber de información del proveedor en el centro mismo del ordenamiento consumerista de forma de establecer con absoluta claridad el alcance de esta obligación del proveedor.

ⁱ Abogado. Profesor universitario para el nivel secundario y superior en derecho. Director de Pensamiento Civil.

ⁱⁱ CSJN, Fallos 321:334.

ⁱⁱⁱ Lorenzetti, Ricardo, *“Consumidores”*, p. 117/178, Rubinzal-Culzoni, Santa Fe, 2003.

^{iv} SCBA, *“Conca, Hugo Luis c/ Banco de la Provincia de Bs.As. s/ Cumplimiento de contrato, cancelación de hipoteca y repetición de pago”*, C. 99518 del 3-6-2009.