

**DERECHOS DE INCIDENCIA COLECTIVA EN EL CÓDIGO CIVIL Y
COMERCIAL: EL CASO PARTICULAR DE LA
MEDIOAMBIENTALIZACIÓN DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR.**

Autor: Segundo José Méndez Acosta*

Resumen: *visto que en los hechos la conexión entre consumo y ambiente es por demás estrecha, se puede empezar a observar que desde el plano jurídico, las dos nóveles ramas del derecho se empiezan a entrelazar. Tal es así que desde la ley 25.675 encontramos disposiciones de útil –y necesaria- aplicación al ámbito consumeril, y así sucede desde la 24.240. Con mayor actualidad, el CCyC trae aparejado interpretaciones que tienden a compatibilizar el ejercicio de derechos individuales con derechos de incidencia colectiva –con expresa alusión al ambiente- (arts. 14, 240). Incluso más, el nuevo cuerpo normativo deja consagrada una interpretación pro consumo sustentable dentro de las disposiciones referidas al contrato de consumo. El Derecho Ambiental y el Derecho del Consumidor requieren ser leídos e interpretados de manera armónica y en su conjunto, no pudiendo ser estudiados como cuerpos aislados.*

I. Introducción

No representa mayor novedad para el lector el hecho de que nuestro orden normativo actual se integra de una multiplicidad de cuerpos legales de diversos rangos, de índole nacional o internacional, algunos más específicos, otros menos; pero en definitiva, todos terminan dando forma al ordenamiento jurídico argentino. Lo cierto es que los distintos campos del derecho, históricamente, se han visto trabajando de forma aislada, intentando dar soluciones desde una única óptica, no requiriendo el auxilio de otros sectores normativos, reconociéndose –genéricamente hablando-, una desconexión entre distintos ámbitos del orden jurídico.

Desde no hace mucho aquella visión se ha visto en franco retroceso, pudiéndose observar una mayor interacción entre las ramas del derecho, y especialmente, entre distintos rangos normativos. Cada vez con mayor habitualidad se observa una “actuación en conjunto”, un diálogo entre campos que anteriormente se ignoraban¹, pasando a dar lugar a nuevos razonamientos, lo que culmina en muchos casos por terminar dando soluciones distintas a las que en algún momento se dio. Como se ha dicho, “la disposición de ley, una vez emitida, es, pues, dentro de ciertos límites,

* Alumno de la Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de Derecho.

¹ V. gr.: humanización y constitucionalización del Derecho Privado.

independiente del legislador: se desenvuelve, evoluciona, se amplía, se restringe, por vías propias y por su fuerza intrínseca².

Es por ello que intentaremos dar abordaje a lo que creemos se está gestando: una retroalimentación entre el Derecho del Consumidor y el Derecho Ambiental. Ambas nóveles ramas jurídicas se encuentran hoy enmarcadas dentro de los temas principales que la sociedad actual enfrenta, y desde los dos sectores se intenta dar respuesta a una multiplicidad de problemáticas que las civilizaciones modernas exigen. Pero creemos encontrar el fenómeno jurídico de que los distintos Derechos, el consumeril y el ambiental, estarían en una situación de conexión que implicaría un traspaso de herramientas, conceptos e incluso principios, que merecería la pena ahondar.

PRIMERA PARTE – Derechos de Incidencia Colectiva

II. De los derechos de incidencia colectiva en el CCyC

El nuevo Código, dentro de sus novedades, nos coloca a la vanguardia en materia de derechos colectivos, dado el escaso reconocimiento que estos han recibido en la mayoría de los textos comparados³. Si bien tanto desde la jurisprudencia⁴ como desde el mismo orden jurídico –desde lo más alto, por cierto⁵– se ha dado reconocimiento a los derechos de incidencia colectiva, es destacable que el CCyC haya tomado al asunto y decidido ahondar aún más en su protección⁶.

Sin pretensiones de exhaustividad, es pertinente dejar señalado ciertos artículos que hacen al tema. En primer lugar vemos dentro de la “puerta de ingreso” al Derecho Privado, un art. 14 que distingue y reconoce distintas clases de derechos, los individuales⁷ y los de incidencia colectiva, dejando establecido un principio en pos de la protección de dichos derechos frente al ejercicio abusivo de los derechos individuales (complementándose con el art. 10). A su vez, arts. 240 y 241 delimitan el campo de acción de los derechos individuales sobre los bienes cuando puedan verse afectados derechos de incidencia colectiva.

Dentro de esta última clase de derechos, pertenecientes a la esfera social y no divisibles, encontramos al ambiente. Éste no sólo ha recibido reconocimiento expreso en el articulado del CCyC, sino que el constituyente del año 1994 ha puesto el acento en su resguardo (art. 41).

Lo que a continuación se analizará ronda en la posibilidad de observar entre uno de los derechos de incidencia colectiva –el ambiente–, una conexión con una novel rama del derecho con jerarquía constitucional como es el derecho del consumidor.

² SILVEIRA, Alpio, *La interpretación de las leyes en el proceso civil*, Revista de Derecho Procesal, Año III 3er Trimestre 1945 Número III, Ediar, Buenos Aires, p. 363.

³ LORENZETTI, Ricardo L., *Aspectos valorativos y principios preliminares del anteproyecto de Código Civil y Comercial de la Nación*, LL, 23/4/2012.

⁴ Por todos: "Halabi, Ernesto c/ PEN ley 25.873 y decreto 1563/04 s/ amparo", CSJN, 24/2/09.

⁵ Arts. 41 y 43 CN.

⁶ AZAR, M. José, *Los derechos de incidencia colectiva en el Proyecto de Código Civil y Comercial de la Nación, comentario de una supresión*, Revista Derecho Privado, Año I Nro. 2, Ediciones Infojus, p. 241 y ss. Ver también en: <http://www.infojus.gov.ar/maria-jose-azar-derechos-incidencia-colectiva-proyecto-codigo-civil-comercial-nacion-dacf120184/123456789-0abc-defg4810-21fcanirtcod>.

⁷ Dentro de los cuales podrían ubicarse los derechos individuales homogéneos. Este era un punto solucionado con el art. 14 presentado por la Comisión de Reformas, que luego de pasar por el Poder Ejecutivo, entre las varias mutilaciones (ej. la regulación de las acciones colectivas), se observa la supresión del propuesto inciso b) que justamente refería a los derechos individuales homogéneos.

SEGUNDA PARTE - Medioambientalización del Derecho del Consumidor⁸

III. 1 Consumo sustentable

Parece necesario remarcar, pese a la poca novedad del punto, el hecho de que entre el ambiente y el consumo no hay, actualmente, línea que los separe. El fenómeno del consumo, considerando el papel que juega en las civilizaciones actuales, la dimensión que ha tomado, y todo el movimiento consecuente que conlleva poder realizar el acto de consumo (producción, transporte, construcción, etc.), ha tomado tal protagonismo que el ambiente no se encuentra ajeno a sus efectos.

Revisando los antecedentes, nos referimos a la llamada declaración de Río (1992), la cual apunta, entre otras cosas, a compatibilizar el desarrollo con el ambiente. El art. 8 dice: "Para alcanzar el desarrollo sostenible y una mejor calidad de vida para todas las personas, los Estados deberían reducir y eliminar los sistemas de producción y consumo insostenibles y fomentar políticas demográficas apropiadas". Pero de la misma conferencia, surgió un plan de acción, conocido como la Agenda 21, la cual en su capítulo 4 se aboca a la idea del consumo sustentable.

El constituyente argentino, por su lado, ha tomado en su art. 41 la conocida fórmula Gro Brundtland del desarrollo sustentable, cuando dice: "para que las actividades productivas satisfagan las necesidades del presente sin comprometer las de las generaciones futuras"⁹. Dentro de la legislación específica, la ley 25.675 nos refiere expresamente en su art. 4 al principio de sustentabilidad.

III. 2 Consumo sustentable en la Ley de Defensa del Consumidor

La ley 24.240, tras la reforma del año 2008 con la ley 26.361, dentro de un abanico de novedades incorporadas, hace referencia al consumo sustentable en dos oportunidades.

La primera de ellas es el art. 43 LDC, en el cual, refiriéndose a las facultades y atribuciones de la autoridad de aplicación –Secretaría de Comercio Interior-, en su inc. a) dispone: "Proponer el dictado de la reglamentación de esta ley y elaborar políticas tendientes a la defensa del consumidor o usuario a favor de un *consumo sustentable* con protección del medio ambiente e intervenir en su instrumentación mediante el dictado de las resoluciones pertinentes".

Esta norma nos ha dado la pauta expresa de que el Estado es uno de los encargados de la protección del ambiente y del mercado –y allí, del consumidor-, y para ello tiene el deber de diagramar las políticas tendientes a que, mediante un consumo sustentable, se logre el equilibrio necesario entre los dos ámbitos. Lo cual se desprende, ya desde el año '94, que las "autoridades proveerán a la protección de esos derechos", según el segundo párrafo del art. 42 CN, y en idénticos términos, el art. 41, párrafo segundo.

⁸ Sobre el tema, un trabajo que hizo de disparador para el nuestro: SOZZO, Gonzalo, *Consumo digno y verde: humanización y ambientalización del Derecho del Consumidor*, Revista de Derecho Privado y Comunitario, Proyecto de Código Civil y Comercial II, Rubinzal-Culzoni, 2012, Santa Fe, p. 140 y ss.; SOZZO, Gonzalo, *Resistematización de la regulación del consumo en el Proyecto de Código Civil 2012*, Revista de Derecho Privado, Año 2, Nro. 4, Ediciones Infojus, p. 79, ver también en http://www.infojus.gob.ar/revistas/derecho_privado/r/doctrina/dacf130079-sozzo-resistematizacion_regulacion_consumo_en.htm?src=RVDPR004.

⁹ CAFFERATA, Néstor A. – AGUILAR, Rosana I. – FLAHL, Lily R., *Código Civil y Comercial de la Nación comentado*, Lorenzetti, Ricardo L. (director), Rubinzal-Culzoni, Santa Fe, 2014, t. I, p. 801.

El otro dispositivo que el micro sistema del consumidor tomó, es el dispuesto en el art. 61 el cual refiere a la educación y formación al consumidor. Tal es así que en su primera parte dispone: "La formación del consumidor debe facilitar la comprensión y utilización de la información sobre temas inherentes al consumidor, orientarlo a prevenir riesgos que puedan derivarse del consumo de productos o de la utilización de los servicios". Se podría colegir de tal fragmento que dentro de los "temas inherentes al consumidor" se encontraría todo lo referente a la protección del ambiente y su cuidado. Y en lo referido a la prevención de riesgos, éstos bien podrían ser no sólo los que afecten al consumidor, o su grupo familiar o social, sino incluso los que tengan la potencialidad de afectar el medio ambiente en general.

En la continuación del artículo se observa: "Para ayudarlo a evaluar alternativas y emplear los recursos en forma eficiente deberán incluir en su formación, entre otros, los siguientes contenidos: *e) Protección del medio ambiente y utilización eficiente de materiales*".

El consumidor, desde ya, debe tener total conocimiento de la dimensión ambiental de sus acciones desplegadas en el mercado –el acto de consumo–.

III. 3. Consumo sustentable en el CCyC

Dentro de los contratos de consumo, vemos el art. 1094 con una loable incorporación cual es la interpretación pro consumo sustentable. Lo cual pone una interpretación que bien podría haberse limitado dentro de la esfera micro sistémica ambiental, pero el codificador ha optado por la decisión más ajustada a la realidad, al tiempo de que el consumo y el ambiente se encuentran a tal punto conectados que se empiezan a imponer "estándares" en el acto de consumo: su sustentabilidad.

Esto a su vez se encuentra en total consonancia con lo dicho por las Naciones Unidas en las Directrices para la Protección de los Consumidores del año 1985, actualizada luego en 1999. Surge de ellas que dentro de los objetivos que la ONU consideró al momento de dictar tales directrices, se encuentra "promover un consumo sostenible". Refiere también allí, dentro de los principios generales, a la educación al consumidor del impacto de sus decisiones en el ambiente, para luego dejar en claro que el consumo insostenible tiene degradantes efectos en aquél. Y se termina observando - ya en sus directrices-, la G) referida a la "Promoción de modalidades sostenibles de consumo", la cual deja establecido una serie de lineamientos en pos de que los Estados tomen un rol activo en alcanzar el consumo sustentable.

Volviendo al dispositivo legal del Código, lo creemos como uno de los puentes entre el Derecho del Consumo y el Ambiental, que resulta difícil avizorar las mejoras y avances que necesariamente implicará en ambos micro sistemas jurídicos. Pero es desde ya una de las incorporaciones del Código Civil y Comercial al derecho consumeril que mayor potencial pareciera tener, que a la fecha no resulta fácil conmensurar. Pero lo que sí es visible es el claro traspaso de principios e interpretaciones de un campo normativo a otro, siendo el art. 1094 una muestra palpable –quizás la de mayor claridad de todas-, de que el Derecho del Consumidor y el Ambiental se encuentran en la actualidad en constante conexión e interacción, empezándose a observar una comunidad de principios interpretativos que no hacen otra cosa que demostrar la llamada ambientalización del derecho del consumo.

IV. Deber de información

Tampoco pareciera descabellado alegar que existe una conexión entre el dispositivo de la LDC que refiere a la educación y formación al consumidor (art. 61,

inc. e)), y el derecho a la información, regulado tanto en el art. 4 de la LDC, como así también en el art. 1100 del Código Civil y Comercial y en el primer párrafo del art. 42 CN, sumado ello a la manda constitucional hacia las autoridades para proveer la información y educación ambientales (art. 41). Lo cual parecería inducirnos a decir que el deber de información no se agota en poner en conocimiento del consumidor todo lo referido al producto o servicio comercializado sino, también puede ser relevante para el contrato¹⁰ el impacto que el mismo pueda tener sobre el medio ambiente, el impacto del producto en el ambiente, e incluso, el impacto que tuvo la producción del producto en el ambiente¹¹. Pudiendo aquí llegar a observarse un deber de información que originariamente no apuntaba más que a cuestiones atinentes al producto o el servicio, su uso, sus riesgos, pero no parecía incluirse allí lo atiente al ambiente. Un deber que, en cuanto a su contenido, pareciera haberse desdoblado –o duplicado–.

Es dable dejar claro que cuando se habla de deber de información, siguiendo a Santarelli, se está haciendo alusión al principio de transparencia que debe regir las relaciones patrimoniales intersubjetivas¹². “La transparencia es un valor de las relaciones de mercado que siempre es susceptible de optimización, habida cuenta que las cada vez más complejas relaciones comerciales (...), reclama cada vez más caudal informativo”¹³.

Siguiendo tal orden de ideas, la información suministrada no se limitará a las “características esenciales de los bienes y servicios” que se provee (art. 4, LDC). Para comprender el actual alcance de este deber -de vital importancia en materia de consumo-, se debe hacer una lectura armónica entre las directrices ambientales y las del consumidor. Así es que siguiendo lo dicho por el primer párrafo del art. 42 de la Carta Fundamental, el proveedor tiene que cumplir con una información “adecuada y veraz”. Y dadas las implicancias que el consumo ha tomado sobre el ambiente, y la necesaria interacción entre ambas ramas jurídicas, es pertinente revisar legislación ambiental la cual podría tener alguna implicancia en lo dispuesto por el art. 42 CN. Así es que con toda claridad, el artículo inmediatamente anterior dispone que “las autoridades proveerán (...) la información y educación ambientales”.

Dentro de la Ley General del Ambiente encontramos claros dispositivos que parecerían brindar puentes entre ambos micro sistemas, específicamente en lo atinente a la información. Tal es así que de su artículo 2 extraemos el inc. g) el cual dice que dentro de los objetivos de la política ambiental se debe “prevenir los efectos nocivos o peligrosos que las actividades antrópicas generan sobre el ambiente para posibilitar la sustentabilidad ecológica, económica y social del desarrollo”. Ello no es posible realizarse sino es poniendo en conocimiento de las personas los efectos, tanto nocivos como peligrosos, que sus actividades –el acto de consumir-, pueda generar sobre el ambiente. El inciso siguiente complementa diciendo: “promover cambios en los valores y conductas sociales que posibiliten el desarrollo sustentable, a través de una educación ambiental, tanto en el sistema formal como en el no formal”. Al referirse a la educación ambiental, si bien obviamente se pueden diagramar una multiplicidad de herramientas y modalidades al efecto, sin titubeos es claro el aporte que se puede hacer a ello a través de un deber de información al consumidor *ambientalizado*. Y

¹⁰ El art. 1100 del Cod. Civil y Comercial dice que el deber del proveedor de informar recaerá sobre (...) toda circunstancia relevante para el contrato.

¹¹ GONZÁLES RODRÍGUEZ, Lorena, *ob. cit.*

¹² SANTARELLI, Fulvio G., *Ley de Defensa del Consumidor comentada y anotada*, Picasso – Vázquez Ferreyra (directores), La Ley, 2009, t. I, p. 63.

¹³ SANTARELLI, Fulvio G., *ob. cit.*, t. I, p. 64.

continuando con el mismo artículo, el inc. i) dice: “organizar e integrar la información ambiental y asegurar el libre acceso de la población a la misma”.

Continuando con la ley 25.675, vemos artículos referidos expresamente a la educación ambiental¹⁴, y luego se hace expresa alusión a la información sobre la misma materia. El art. 16 de la ley deja en claro que las personas –físicas, jurídicas, públicas, privadas-, tienen el deber de proporcionar la información que esté relacionada con la calidad ambiental y referida a las actividades que desarrollan. Luego arts. 17 y 18 de la ley del ambiente dejan establecido ciertos deberes en cabeza de la autoridad de aplicación en relación a la información que deberán proveer. Estamos ante otra disposición que creemos muy afín al deber de información consagrado por la legislación consumeril, dado que -reiteramos- es posible dar cumplimiento a tal dispositivo legal (art. 2 inc. i), art. 16, ley 25.675) mediante un buen número de formas, pero volvemos a observar al deber-derecho de informar en materia de consumo como una de las vías más concretas y que, tal cual se encuentra formulado el actual ordenamiento legal, con mayor potencial a los efectos de dar cumplimiento a lo dispuesto por el art. 41 de la CN, segundo párrafo.

V. Cláusulas abusivas

Al momento de hablar de cláusulas abusivas, se está ante una arista en la que se analiza una de las consecuencias más patentes del desequilibrio que predomina las contrataciones en general, y las de consumo en particular¹⁵. Uno de los abusos, aprovechamientos, o conductas malintencionadas que más frecuentan estas relaciones son las cláusulas que desnaturalizan las obligaciones de las partes, en beneficio de una de las partes contratantes –llámese proveedor, predisponente-, en perjuicio de la otra parte –consumidor, adherente-.

Respecto de los puntos más salientes de una cláusula abusiva Stiglitz ha señalado que son aquellas que importan un desequilibrio significativo o manifiesto entre los derechos y obligaciones de las partes, encontrándose la parte débil perjudicada, y la fuerte procurándose una ventaja excesiva¹⁶. El visible desequilibrio generado por la cláusula, respecto de las obligaciones y derechos del contrato, es quizás el elemento tipificante que más se resalta al momento de definir las. Así lo ha hecho también el derecho comparado, encontrándose como ejemplos la Directiva europea 93/13/CEE, del 5 de abril de 1993 sobre cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores¹⁷, el Code de la Consommation francés¹⁸, el Código de Defensa do

¹⁴ Art. 14. - La educación ambiental constituye el instrumento básico para generar en los ciudadanos, valores, comportamientos y actitudes que sean acordes con un ambiente equilibrado, propendan a la preservación de los recursos naturales y su utilización sostenible, y mejoren la calidad de vida de la población.

Art. 15. - La educación ambiental constituirá un proceso continuo y permanente, sometido a constante actualización que, como resultado de la orientación y articulación de las diversas disciplinas y experiencias educativas, deberá facilitar la percepción integral del ambiente y el desarrollo de una conciencia ambiental. Las autoridades competentes deberán coordinar con los consejos federales de Medio Ambiente (COFEMA) y de Cultura y Educación, la implementación de planes y programas en los sistemas de educación, formal y no formal. Las jurisdicciones, en función de los contenidos básicos determinados, instrumentarán los respectivos programas o currículos a través de las normas pertinentes.

¹⁵ Si bien el régimen de cláusulas abusivas ha nacido dentro del núcleo normativo del consumidor (arts. 37 y 38 LDC), se ha entendido que tal régimen es trasposable a contratos en los que no necesariamente interviene un consumidor. En este sentido se observan disposiciones sobre este tipo de cláusulas dentro de los contratos de adhesión a cláusulas generales predispuestas, en el Código Civil y Comercial (arts. 984 y ss.).

¹⁶ STIGLITZ, Rubén – NICOLAU, Noemí L., *Cláusulas abusivas*, LL, 25/4/11.

¹⁷ Art. 3, inc. 1..

Consumidor brasileño¹⁹, el Codice del Consumo italiano²⁰, o el Código de Protección y Defensa del Consumidor peruano²¹, por mencionar algunos ejemplos.

Este mismo criterio es el pregonado por el legislador argentino, tanto en el ámbito micro sistémico del consumo, en el art. 37 de su ley tutelar²²; como dentro del Código Civil y Comercial, el cual contiene disposiciones al respecto en el Libro Segundo –Derechos Personales–, tanto en el Título referido a contratos en general²³, como en el referido a contratos de consumo²⁴.

Lo cierto es que sobre el punto, Lorenzetti ha resaltado que, dentro de la relación entre la cuestión ambiental y el consumo sustentable, hay dos aspectos de especial interés, siendo uno de ellos la posibilidad de calificar como abusiva una cláusula contractual que lesione, ya sea directa o indirectamente, el bien jurídico ambiental²⁵. Esto, como señala el autor, ha sido establecido –ya desde hace muchos años–, por el Código de Defensa del Consumidor brasileño, que en su art. 37 refiere a las publicidades abusivas, y considera tal aquella que infrinja valores ambientales²⁶.

Al respecto es pertinente hacer mención de la resolución nro. 53/2003 de la Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor, la cual deja determinado una serie de cláusulas que no podrán ser incluidas en los contratos de consumo, por ser opuestas a los criterios establecidos por el art. 37, ley 24.240. El anexo de tal resolución contiene un catálogo de cláusulas que se considerarán abusivas, siendo de total relevancia al trabajo de hoy la contenida en el inc. k).

“Son consideradas abusivas las cláusulas que:

k) Infrinjan normas de protección del medio ambiente o posibiliten su violación”.

Incluso, una cláusula de este tipo formulada con habitualidad podría terminar encuadrando dentro de las llamadas prácticas abusivas, siendo de aplicación todo el régimen correspondiente a ellas²⁷. Por mencionar alguno de los efectos que tal cuestión conllevaría, encontramos como ejemplo lo dispuesto en el último párrafo del art. 8 bis, ley 24.240: *“Tales conductas, además de las sanciones previstas en la presente ley, podrán ser pasibles de la multa civil establecida en el artículo 52 bis de la presente norma, sin perjuicio de otros resarcimientos que correspondieren al consumidor, siendo ambas penalidades extensivas solidariamente a quien actuare en nombre del proveedor”.* A su vez, el Código Civil y Comercial ha redefinido al consumidor expuesto –bystander–, es decir, aquel que se lo coloca como consumidor en los términos de la ley 24.240, pero que en los hechos no ha realizado el acto de consumo, sino que ha estado expuesto a una relación de consumo. Este tercero adyacente a la relación consumidor-proveedor, ha sido reubicado dentro de las prácticas abusivas²⁸, según el art. 1096 del Código Civil y Comercial. Con lo cual, todo aquel que sin ser parte de una relación de consumo, se encuentre expuesto a una práctica abusiva que implique la

¹⁸ Art. L132-1.

¹⁹ Art. 51, ap. IV.

²⁰ Art. 33, inc. 1.

²¹ Art. 49, inc. 1.

²² Art. 37.

²³ Art. 988.

²⁴ Arts. 1117 a 1122.

²⁵ LORENZETTI, Ricardo L., *Consumidores*, Rubinzal-Culzoni, Santa Fe, 2009, p. 69.

²⁶ Art. 37.

²⁷ KIPER, Claudio M., *Ley de Defensa del Consumidor comentada y anotada*, Picasso – Vázquez Ferreyra (directores), La Ley, 2009, t. I, p. 137.

²⁸ En consonancia con los antecedentes de la figura (art. 22 CDC brasileño).

colocación sistemática de una cláusula tendiente a infringir normativa ambiental o perjudicar al ambiente, podría accionar contra ella a la luz de toda la normativa consumeril.

VI. Conclusión

Ya dando cierre a este trabajo, podemos señalar algunos lineamientos que se desprenden de lo dicho hasta aquí. Primero remarcamos que –no habiendo margen a dudas-, el cambio socioeconómico de las últimas décadas ha puesto en conocimiento de todos una relación cada vez más estrecha entre el desarrollo sustentable, el consumo sustentable, y en consecuencia, entre el consumo y el ambiente. Ello llevado al contexto jurídico es traducido en la conexión existente entre un Derecho dedicado –en principio- de manera exclusiva al consumidor, y otro dedicado a la protección del ambiente. Ambas ramas pudieron haber pretendido su independencia y autonomía, pudiendo haber aspirado a poseer reglas y principios propios, todo lo cual no sería viable al tiempo de imponerse una realidad fáctica y, por ende, jurídica que no admitiría otra vía sino el intercambio necesario de herramientas propias de una de las ramas a la otra, y viceversa.

Creemos que sin hesitación alguna, se está observando ya desde unos años a la fecha un proceso de medioambientalización del derecho consumeril que, tal cual es conocido el impacto del acto de consumo –y todas las cuestiones que a ello rodean, como es la producción- en el ambiente, es más que sano para el ordenamiento legal.

Parece que el fenómeno hoy analizado ha tomado gran visibilidad, dado que ciertas figuras propias del derecho del consumo han tomado un matiz ambiental, siendo ello totalmente saludable lo cual no hace otra cosa que darle un sentido al derecho consumeril más abarcativo, comprensivo de otros micro sistemas, como es en este caso el derecho ambiental. El deber de información lo creemos un ejemplo de ello, como así también todo lo relativo a las cláusulas abusivas.

Creemos que el plexo normativo actual tiene un rico potencial, y ello sumado al tratamiento que cierta doctrina especializada ha empezado a hacer sobre el tema, sumado al detenimiento que en el ámbito internacional –y en menor medida, en el nacional- se ha dado a la cuestión. Resulta difícil avizorar un panorama desventajoso cuando partimos de la base que nuestra Carta Fundamental contiene entre sus normas dos mandas referidas expresamente a la tutela del consumidor y al ambiente. Y más difícil aún resulta cuando encontramos normas específicas que buscan dar soluciones armónicas y dialógicas entre ambos sistemas protectorios. Las normas e interpretaciones respecto de la interfase que se ha formado entre este dúo de micro sistemas son de enorme utilidad a los efectos de dar continuación a la protección que hasta el momento se ha venido haciendo tanto al ambiente como al consumidor, y dar inicio a su vez, a una tutela que se preocupe por englobar los dos ámbitos a modo de alcanzar la aplicación más coordinada de las mandas constitucionales (arts. 41 y 42) que, al final del día, rigen una misma cuestión.