

Índice

www.librotecnia.cl

Glosario	19
Prólogo	21
El problema de consumo en el ámbito de la teoría estética	29
Introducción.....	37

I. UNA CUESTIÓN PREVIA: DERECHO DE CONSUMO O DERECHO DEL CONSUMIDOR

1. El Derecho del Consumidor.....	41
2. El Derecho de Consumo	43

II. EL DERECHO DE CONSUMO: LA JUSTIFICACIÓN

1. Un estatuto particular.....	45
1.1. Desde la perspectiva del Derecho Común	45
1.1.1. El <i>Ius Commune</i>	46
a) Origen, conformación y vigencia del <i>Ius Commune</i>	46
b) La crisis del <i>Ius Commune</i>	49
1.1.2. La modernidad, el fenómeno codificador y la delimitación del Derecho Civil.....	51
a) El contexto histórico y teórico	51
b) La supletoriedad y la generalidad.....	54
1.1.3. La postmodernidad y la renovación del Derecho Civil.....	58
a) La crisis del modelo moderno	58
b) Una renovación del Derecho Civil.....	60
c) Descodificación y fragmentación del Derecho Civil.....	63
1.1.4. La justificación del Derecho de Consumo	65
a) La dimensión contractual.....	67
b) La dimensión extracontractual.....	70
1.2. Desde la perspectiva del Derecho de la Competencia	72
1.2.1. La libertad económica, la autonomía de la voluntad y elección del consumidor	72
1.2.2. El Derecho de Consumo no es sólo competencia	75
1.2.3. Algunas relaciones entre el Derecho de Consumo y el Derecho de la Competencia	79
a) La Libre Competencia.....	82
b) La Competencia Desleal.....	87

2. Notas caracterizadoras del Derecho de Consumo	89
2.1. El derecho de consumo como parte integrante del orden público	89
2.1.1. Un cambio de paradigma.....	90
2.1.2. Orden público de protección y orden público económico	94
2.1.3. Las consecuencias de la calificación de una norma como de orden público.....	97
a) La imperatividad.....	97
b) Mecanismo de resolución de conflictos de normas.....	100
c) Otras técnicas del orden público.....	101
2.2. Acerca de la vigencia de un principio <i>pro consumidor</i>	102
2.2.1. Una aproximación al favor debilis.....	102
a) El favor debitoris y favor libertatis.....	103
b) La moralización de la relación jurídica	108
c) La codificación, y la crisis de sus postulados	110
2.2.2. El principio pro consumidor.....	112
a) La interpretación	114
a.1. La interpretación normativa	115
a.2. La interpretación contractual.....	117
b) Mecanismo de resolución de conflictos de normas.....	120
c) Otras funciones.....	126
2.2.3. La vigencia general del principio pro consumidor en el or- denamiento jurídico chileno	130
a) La interpretación de la LPDC conforme a los Arts. 19 a 24 CC.....	130
a.1. La norma oscura.....	131
a.1.1. La intención o espíritu de la LPDC.....	133
a.1.2. El recurso a otras leyes	134
a.1.3. La equidad natural	135
a.2. El contexto de la LPDC	136
b) Otras argumentaciones	136

III. SISTEMA NORMATIVO Y FUENTES

1. La regulación de la relación de consumo: la cuestión acerca de su ubi- cación.....	140
1.1. La regulación de la relación de consumo en los Códigos Civiles	141
1.1.1. Fundamentos de la integración.....	142
a) La pérdida de la aplicación práctica del Código Civil	142
b) La renovación del Derecho Civil con base a los princi- pios del Derecho de Consumo.....	144
c) La vinculación entre el Derecho Civil y el Derecho de Consumo	145
1.1.2. Las experiencias normativas	146

1.2. La regulación de la relación de consumo fuera de los Códigos Civiles.....	148
1.2.1. Fundamentos del tratamiento autónomo.....	148
1.2.2. Modelos	151
a) Sistemas codificados.....	152
b) Sistemas no codificados.....	154
1.2.3. Consecuencias	156
a) Relación entre las acciones derivadas de los estatutos reguladores de la relación de consumo y de los Códigos Civiles	157
a.1. La primacía de la regulación especial	157
a.2. La aplicación de la norma más favorable al consumidor	160
a.3. La situación en el Derecho Chileno.....	163
a.3.1. La LPDC desplaza al Derecho Común.....	164
a.3.2. La LPDC no desplaza al Derecho Común.	165
b) Régimen supletorio.....	167
b.1. Cuando procede la integración	168
b.2. Legislaciones que establecen de manera expresa un régimen supletorio	169
b.3. Una mirada a la situación chilena: la ausencia de un régimen supletorio claro	170
2. La Constitución como fuente del Derecho de Consumo.....	173
2.1. Una aproximación a los procesos de constitucionalización	174
2.2. La aplicación directa de la Constitución	176
2.2.1. La doctrina de la aplicación directa de la Constitución.....	176
2.2.2. La aplicación directa de la Constitución en el Derecho Privado y de Consumo.....	177
2.3. El reconocimiento de los derechos de los consumidores en la Constitución	180
2.3.1. Reconocimiento de los derechos de los consumidores, dentro de los catálogos de derechos humanos	181
2.3.2. Reconocimiento de los derechos de los consumidores, a propósito del sistema económico	187
2.3.3. La situación en el Ordenamiento Jurídico chileno	188
a) La situación actual.....	188
b) Dos iniciativas	191

IV. LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

1. Los catálogos de derechos básicos de los consumidores.....	196
1.1. El derecho a la libre elección del bien o servicio.....	198
1.1.1. Libertad contractual	199
1.1.2. Las formas válidas de manifestación de la voluntad	201

1.1.3. Otros aspectos del derecho a la libre elección del bien o servicio	206
1.2. El derecho a la información	207
1.2.1. La información básica comercial	208
1.2.2. La publicidad	209
1.3. El derecho a la no discriminación arbitraria	211
1.3.1. La calificación de la arbitrariedad.....	212
1.3.2. Algunas manifestaciones concretas	214
a) La negativa a la venta o la prestación de un servicio...	215
b) Los sistemas de seguridad	216
c) La publicidad abusiva	219
d) Una mención a la discapacidad	220
1.3.3. Acciones a que da lugar la vulneración del derecho a la no discriminación arbitraria en materia de consumo.	227
1.4. El derecho a la seguridad en el consumo	228
1.4.1. La seguridad en el consumo y la protección de la salud	228
1.4.2. Derecho a la protección del medio ambiente	231
a) El fundamento del derecho a la protección del medio ambiente	232
b) Algunas manifestaciones	233
1.5. El derecho a la indemnización de los daños sufridos.....	235
1.5.1. El daño extrapatrimonial.....	236
1.5.2. Los daños punitivos.....	239
1.6. El derecho a la educación en el consumo	241
1.7. Los derechos básicos: ¿programáticos o subjetivos?.....	244
2. Los deberes de los consumidores	247
2.1. El deber de informarse responsablemente	249
2.2. El deber de evitar riesgos	251
2.3. El deber de accionar de acuerdo a los medios que la ley franquea.....	256
2.4. El deber de contratar con el comercio establecido.....	258
3. El abuso del derecho y los límites de los derechos de los consumidores	259
3.1. Una breve aproximación a su evolución histórica	260
3.1.1. Antecedentes y origen de la teoría del abuso del derecho..	260
3.1.2. Los derechos no son absolutos	264
3.1.3. El reconocimiento del abuso del derecho en los ordenamientos jurídicos	267
3.2. Los presupuestos de configuración del abuso del derecho	269
3.2.1. El interés protegido por la norma	270
3.2.2. El fin económico o social del derecho	271
3.2.3. El ánimo de dañar	272
3.2.4. Otros criterios	273
3.3. La naturaleza jurídica del abuso del derecho	273

3.4. La situación en el Derecho de Consumo	276
3.4.1. Delimitando los criterios generales	278
3.4.2. Un caso particular: el error en el precio	282
a) La obligatoriedad de la oferta y el principio de integra- ción publicitaria del contrato	283
b) El ejercicio abusivo del derecho	285
c) El análisis de la posición subjetiva del consumidor en el caso concreto	288
 V. A MODO DE FINALIZACIÓN	 293
 VI. BIBLIOGRAFÍA	 295

www.librotecnia.cl