

## Una breve introducción al proyecto de Convención

por Claudia Lima Marques, Brasil.

Me parece útil sistematizar, aunque brevemente, el propósito, las metas y el espíritu de la propuesta de *Convención Interamericana de Derecho Internacional Privado (CIDIP) sobre la ley aplicable a algunos contratos y relaciones de consumo*.

### 1. El propósito

El propósito de esta Propuesta de Convención de Brasil es fijar pautas claras para un fenómeno especial y creciente del comercio internacional que es el consumo internacional a distancia y electrónico, así como el turismo de masas y sus contratos nuevos (time-sharing, paquetes turísticos etc.).

Estos contratos y relaciones entre un empresario, persona física o jurídica profesional que provee productos o servicios a distancia o a turistas, y un consumidor, persona física con fines no profesionales tienen una especificidad que los diferencia del comercio internacional entre profesionales (pequeña valía, esporadicidad, fallas de información, información direccionada o manipulable, marketing masivo etc.) y exige del Derecho Internacional Privado de hoy una protección de la parte más débil, el consumidor ( UN Res. 39/248, 09.04.1985). En los tiempos actuales de creciente contratos de consumo electrónicos y turismo de masas estas diferencias pasan a ser significativas. Las informaciones previas, la identificación del empresario y del producto, el riesgo lingüístico, la demora en la prestación, los vicios y problemas de calidad, el aviso del error o del arrepentimiento, las garantías, el pago a distancia, todo es aún más complicado en un contrato internacional de consumo, lo que exige reglas especiales y diferentes de las existentes para contratos del comercio internacional entre profesionales, como demuestran las tratativas en todos los foros internacionales, Haya, UNCITRAL, UNIDROIT, etc.

Así, la creación de normas de conflicto especiales para la protección del consumidor en la región nos parece que:

1) es una necesidad imperiosa de igualdad frente a los más débiles del mercado, una vez que el consumidor es la persona física<sup>1</sup>, es el no experto, el no-profesional frente a un profesional comerciante o experto y las normas de Derecho Internacional Privado clásicas presuponen la igualdad de fuerzas (conexión protectora del vendedor que tiene el riesgo de enviar la mercadería al otro) y la libertad de la voluntad de ambos contratantes (conexión en la autonomía de la voluntad). Una oportunidad de justicia y de derechos humanos creciente en la región, dada la falta de previsión legislativa en el tema, una vez que aparentemente hoy solamente Canadá y EUA posean normas de conflicto especiales sobre el tema y el creciente comercio electrónico en la región dificulta la localización de los contratos con estas reglas clásicas.

2) es también una estrategia de desarrollo del mercado interamericano, una vez que – como en Europa – la creación de estas normas por las antiguas Convenciones de Roma y Bruselas<sup>2</sup> ayudaron a los consumidores a crear mayor confianza en los vendedores extranjeros, mayor movilidad de personas y capitales (la multipropiedad, por ejemplo, puede ser una inversión

---

<sup>1</sup> Las Convenciones más famosas de DIPriv. de la Haya, como de agentes comerciales, crean pautas de equilibrio entre personas físicas y personas morales o pelo menos expertos, profesionales frente a no profesionales.

<sup>2</sup> En las Comunidades Europeas, hoy, Unión Europea las primeras convenciones europeas sobre la ley aplicable a los contratos internacionales (Convención de Roma del 19 de junio de 1980) y sobre la competencia judicial y ejecución en la materia (Convención de Bruselas de 1968 y en la de Lugano) eran normas de Derecho Internacional Público clásicas y contenían reglas especiales de protección de los consumidores distintas de las reglas sobre contratos internacionales entre profesionales.

así como el turismo mueve muchos recursos), mayor confianza también en los productos y servicios extranjeros, estimulando al consumidor para participar del comercio electrónico.

La elaboración de una Convención, dado que muchos países, y casi todos los latinoamericanos, no poseen normas específicas de conflicto en el tema de consumo internacional parece así necesaria y útil.

## 2. Meta y operación

La meta de esta Convención es diferenciar los contratos de consumo internacionales de los contratos internacionales de comercio entre profesionales, imponiendo reglas especiales de conflicto para los contratos a distancia de consumo, especialmente en el comercio electrónico (Art. 2,1) y reglas más tradicionales para los contratos de consumo concluidos por los consumidores turistas (Art. 2.2), así como reglas especiales para dos nuevos tipos de contratos de adhesión con consumidores, contratos de viaje y turismo en paquetes o grupos (Art. 6) y contratos de tiempo compartido o time-sharing (Art.7).

La propuesta tiene solamente 7 artículos, a ejemplo de la propuesta de Convención de la Haya de 1980 que tenía 8 artículos.

El artículo 2 es el artículo principal de protección contractual general del consumidor pasivo que contrata a distancia (Art.2,1) y consumidor turista activo (Art. 2,2). En el primer caso la conexión es alternativa, o la ley de domicilio del consumidor o la ley que fuera más favorable al consumidor, una conexión abierta, que permite de forma limitada autonomía de la voluntad. Los contratos celebrados por el consumidor estando fuera del país en el cual se domicilia (Art. 2,2) se regirán por la ley que resulte elegida por las partes. Hoy me parece necesario completar el Art. 2,2 con un punto fijo de conexión, en caso de no elección por las partes, a sugerir, la ley del lugar de celebración del contrato (*lex loci celebratione*).

El ámbito material de aplicación se determina en el Art. 5 (de temas excluidos y tratados por la CIDIP V sobre contratos internacionales) y en el Art. 6 (Contratos de viaje y turismo contratados en paquete o con servicios combinados) y Art. 7 (Contratos de tiempo compartido).

La propuesta de Convención no trata de responsabilidad civil por accidentes de consumo y delitos. Una serie de otras Convenciones Internacionales tratan sobre la responsabilidad civil oriunda de accidentes, muchos ligados a la cadena de producción, como en los casos de accidentes catastróficos y de polución transfronteriza, como la Convención de la Haya de 1972 , y son aptas para proteger suficientemente en el Derecho Internacional Privado, y con conexiones especiales, a las víctimas de accidentes de consumo. La propuesta de Convención no trata de jurisdicción, tema a

El campo subjetivo define solamente al consumidor, no al otro contratante. El artículo primero presenta una definición de consumidor como cualquier persona física que "actúe con fines que no pertenezcan al ámbito de su actividad profesional" (Art.1,1). Una extensión al bystander, destinatario final, "que usufructúan directamente los servicios y productos contratados, en los contratos comprendidos por esta Convención, como destinatarios finales"(Art.1,2). Una definición especial para contratos de viaje y de tiempo compartido (Art.1,3) y la posibilidad del juez, utilizando la ley indicada como aplicable, ampliar esta definición, en una verdadera excepción favor status consumidor (Art. 1,4).

Completa la propuesta un artículo sobre aplicación de normas imperativas (Art. 3), y una Cláusula de excepción (Art. 4), en una oportunidad de complementar la normativa de la Convención Interamericana sobre Normas Generales de Derecho Internacional Privado en tema como el de contratos de consumo donde ha habido escases.

### 3. Conclusión

Es una breve explicación del propósito de la propuesta, que significa una oportunidad a los Estados Miembros de la OEA de recibir una Convención sistemática sobre la Protección Internacional del Consumidor en tema contractual.

La elaboración de una Convención, dado que muchos países, y casi todos los latinoamericanos, no poseen normas específicas de conflicto en el tema de consumo internacional sería muy productivo. Evidencia la vitalidad de la CIDIP con preocupación social y económica dando una respuesta al desafío del comercio electrónico de consumo.

Esta propuesta de Convención no perjudica que se elabore también una ley modelo harmónica o artículos sobre otros temas conexos, como el de jurisdicción. El espíritu de la propuesta de *Convención Interamericana de Derecho Internacional Privado (CIDIP) sobre la ley aplicable a algunos contratos y relaciones de consumo* es aprovecharse el consenso sobre el tema con pocas normas flexibles pero esenciales para el funcionamiento eficiente del mercado interamericano.