

Índice

CAPÍTULO I

El sumario de nuestros agravios	7
--	----------

CAPÍTULO II

Evolución histórica del consumo: consumo básico y secundario	13
1. Consumo, necesidad y cultura.....	13
2. La sociedad preindustrial	14
3. El siglo de la burguesía	16
4. Catástrofe, años dorados y decadencia.....	19
5. La mirada desde la óptica del consumo.....	23

CAPÍTULO III

El principio de necesidad y la justificación de la Ley de Relaciones de Consumo.....	25
1. Desmitificación de la Ley.....	25
2. ¿Defensa del consumidor o defensa de los consumidores?	30
3. La definición de consumidor y las prioridades de protección	31
4. Restrictivistas y Extensionistas: viviendo a la sombra del Dogma de la Debilidad.....	33
5. El silencio de los consumidores.....	35
6. La debilidad elusiva.....	40
7. Una reconstrucción del método de los Extensionistas: el mal uso de la táctica principalista	43
8. La pertinencia de la búsqueda de un nuevo principio.....	47
9. La batalla donde debe darse metodológicamente: el Principio de Necesidad	48

CAPÍTULO IV

Ámbito de aplicación de la Ley 17.250.....	55
1. Introducción.....	55
2. El consumidor en la Ley 17.250.....	56

3.	Sujeto protegido <i>en función</i> de la relación de consumo....	61
4.	El denominado “consumo empresarial”	63
5.	El proveedor	90
6.	Del mito legal de la relación de consumo al concepto real de la situación de consumo	95

CAPÍTULO V

Productos defectuosos, información y publicidad como eje central	97
1. La reordenación de las prioridades a la luz del Principio de Necesidad	97
2. La responsabilidad por productos defectuosos.....	98
3. El deber de información.....	103
4. La publicidad.....	114

CAPÍTULO VI

Responsabilidad profesional: la irrelevancia de la LRC como argumento a favor del principio de debilidad.....	125
1. La intrascendencia de la responsabilidad profesional en la LRC	125
2. Concepto de profesional	127
3. Desigualdad en el tratamiento jurídico del profesional....	131
4. Fundamentos de la responsabilidad profesional.....	132
5. ¿Culpa o no culpa?	138
6. Conclusión sobre responsabilidad profesional y nuestra tesis.....	146

CAPÍTULO VII

¿Cómo se protege al consumidor?	149
A. Tutela administrativa del consumidor.....	149
1. Introducción.....	149
2. Consultas y mediaciones por clase de producto o servicio	150
3. Audiencias	159
B. La ley de pequeñas causas	161
1. Un proceso especial para las relaciones de consumo	161
2. Aspectos procesales de la Ley 18.507.....	164
3. * Principio de necesidad y juicio de las pequeñas causas	168

Conclusiones	179
---------------------------	------------