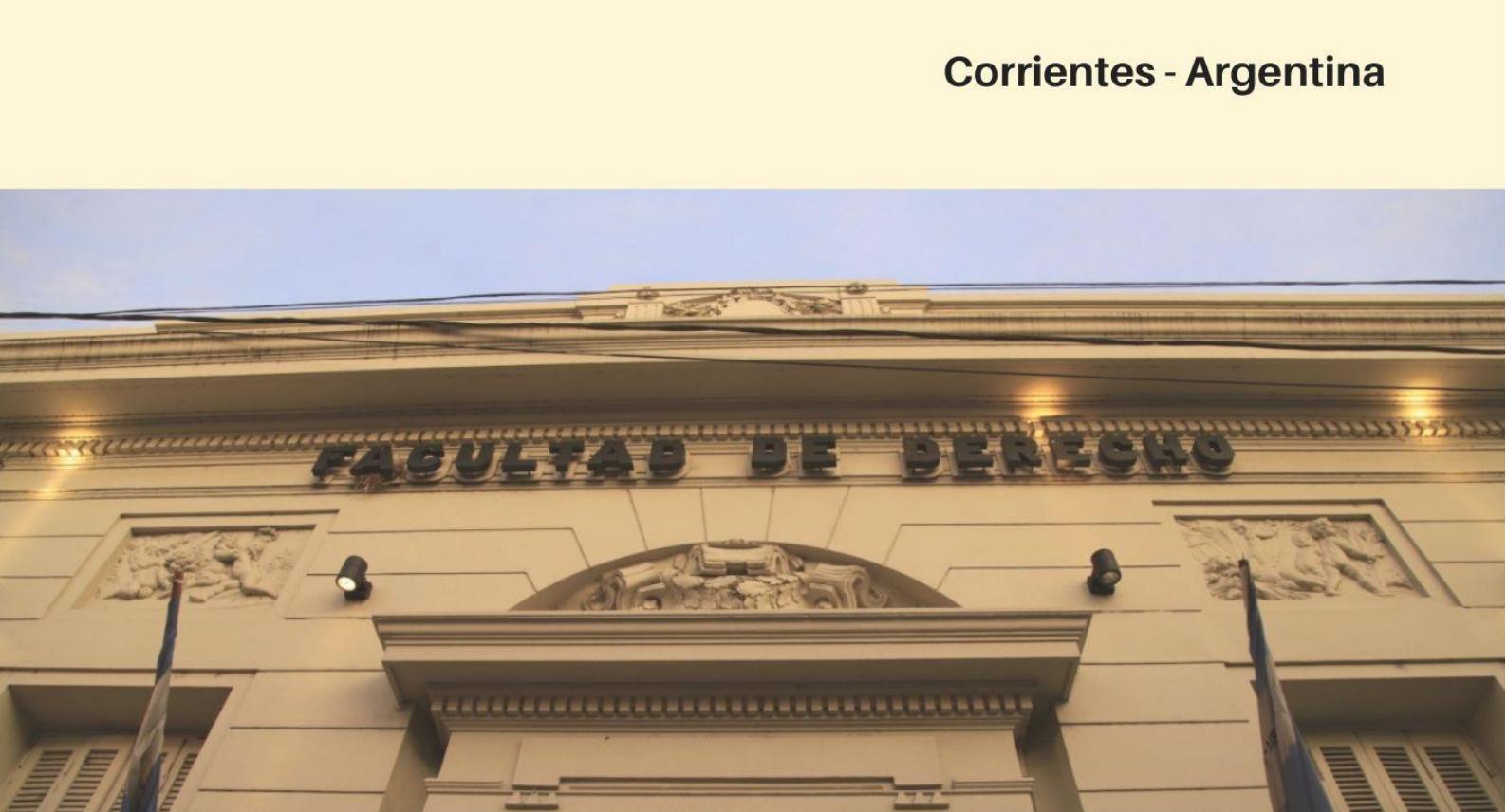


**Facultad de Derecho  
y Ciencias Sociales y Políticas  
UNNE**

**XVIII Jornadas de  
Comunicaciones  
Científicas**

**2022**

**Corrientes - Argentina**





### **Dirección General**

Decano de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas – UNNE  
Dr. Mario R. Villegas

### **Dirección Editorial**

Secretaría de Ciencia y Transferencia  
Dra. Lorena Gallardo

### **Coordinación editorial y compilación**

Dra. Lorena Gallardo  
Esp. Martín M. Chalup

### **Asistentes – Colaboradores**

Lic. Agustina M. Bergadá  
Abg. M. Benjamin Gamarra,  
Mg. María Belén Mattos Castañeda  
Abg. Lucía M. Sbardella

### **Comisión Evaluadora**

Dr. Agustín Carlevaro  
Dr. Daniel Denmon  
Esp. Elena Di Nubila  
Dr. Hernan Grbavac  
Dra. Lorena Gallardo  
Abg. M. Benjamin Gamarra  
Dr. Mauricio Goldfarb

### **Fotografías**

Nicolás Gómez

### **Edición**

Secretaría de Ciencia y Transferencia  
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas  
Universidad Nacional del Nordeste  
Salta 459 · C.P. 3400  
Corrientes · Argentina

Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas UNNE

XVIII Jornadas de Comunicaciones Científicas de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas - UNNE / compilación de Lorena Gallardo; Martín Miguel Chalup; coordinación general de Lorena Gallardo. - 1a edición especial - Corrientes: Universidad Nacional del Nordeste. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y Políticas, 2022.

Libro digital, PDF

Archivo Digital: descarga y online  
ISBN 978-987-3619-82-3

1. Derecho Ambiental. 2. Derecho Administrativo. 3. Derecho. I. Gallardo, Lorena, comp. II. Chalup, Martín Miguel, comp.  
CDD 340.07

## ANTROPOCENO Y CONSUMO SUSTENTABLE

**Silvero Fernández, Carlos; Silvero, María C.**

*estudiosilvero@yahoo.com.ar*

### RESUMEN

Los tiempos que corren de la sociedad cada vez más liquida y frente a productos con obsolescencia programada con precocidad, el uso de las herramientas de psicología para imponer el consumo en el mercado, la producción constante de productos desechables seguido por el consumo indiscriminado de productos y servicios fruto del ajetreado mercado de la publicidad, pone el jaque al consumo sustentable y por tanto el hombre, como Antropoceno o agente biológico, produce una irrupción en el ambiente que no se acompaña con consumo sustentable. Es la educación para el consumo sustentable la que achica la brecha existente entre los valores ambientales que profesamos y los comportamientos sostenibles que cabría esperar.

### PALABRAS CLAVES:

Consumo, sustentabilidad, Antropoceno.

### INTRODUCCIÓN

La crisis ambiental que vivimos en el mundo obedece a una multicausalidad, donde el consumidor juega un rol importante como antropoceno del planeta, sujetos vulnerables si lo hay, que son presas fáciles de mercados de consumo de formas de producción insostenibles, de la publicidad y demás desvalores de la modernidad que nos inducen desde afuera a buscar en el confort y la acumulación, en busca del espejismo que supone la mentada mejor calidad de vida. La felicidad en los objetos.

Asistimos a productos con obsolescencia programada cada vez más cercana, ello genera un cumulo infernal de desechos contrarios al ambiente, un consumo insustentable de productos o servicios, seguido a lo se denomina la obsolescencia percibida, entendida como la creación artificial de la necesidad de reemplazar un producto que no ha dejado de ser útil, inducen a la adquisición de productos o servicios de manera compulsiva, donde el supuesto confort e inserción social juegan un papel central la psiquis consumeril.

El consumo por lo tanto se encuentra ligado de manera visceral con el ambiente, ahora bien la sostenibilidad depende de respuestas mucho más elaboradas que la simplificación de creer que el consumo es un asunto de responsabilidades individuales o la suma de éstas, tenemos entender que otros aspectos mucho más refinados que inciden sobre la conducta de los consumidores que lo ponen en situación vulnerable o hipervulnerable.

La educación para el consumo sustentable juega un papel central en tema, donde también deben incluirse la responsabilidad social de la empresas a las que deberá brindar un conjunto de estímulos y restricciones vía norma que ayudan a moldear la producción camino a lo sostenible.

Es necesario crear además nuevos marcos culturales que le cambien el sentido a lo que aceptamos o no en una perspectiva de sostenibilidad, donde las necesidades se acompañen con límites de la sustentabilidad.

Por lo tanto el principio de sustentabilidad juega un rol programático en la orientación de la formulación, implementación y evaluación de políticas públicas económicas y sociales, en especial respecto de la producción y el consumo, donde el derecho a la información al consumidor debe comprender (de manera clara-veraz y adecuada) los efectos ambientales de los bienes y servicios que comercialicen, tanto en la etapa de producción y comercialización como en cuando al uso y la disposición de residuos.

Es de notar que el consumo sustentable incide además sobre la protección de la salud y seguridad de los consumidores, donde la información debe formar un deber que forme parte del concierto de medidas útiles para reducir o eliminar impactos en el ambiente en las actividades desarrolladas en las etapas de producción, importación, distribución, comercialización y pos-comercialización, todo conforme los principios de prevención y precaución.

### MÉTODOS

El presente trabajo forma parte de una serie de investigaciones sobre los derechos fundamentales de los consumidores en la relación de consumo, nos valemos para ello del análisis de textos de doctrina especializada, que venimos haciendo como investigador Director e integrante del PEI de referencia, pretendiendo constituir un acercamiento teórico sobre los puntos nodales sobre el cambio de paradigma en cuestiones consumo sustentable y la necesidad de visibilidad de la problemática.

El presente evidencia un análisis de tipo deductivo cualitativo con intención de diseñar un acercamiento teórico sobre uno de los ejes del presente proceso de investigación.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El derecho soft law plasmado en Las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor, que son un conjunto valioso de principios que establecen las principales características que deben tener las leyes de protección del consumidor, las instituciones encargadas de aplicarlas y los sistemas de compensación, refiere específicamente sobre la *Promoción del consumo sostenible*: *Se entiende por consumo sostenible la satisfacción de las necesidades de bienes y servicios de las generaciones presentes y futuras en formas que sean sostenibles desde el punto de vista económico, social y ambiental. La responsabilidad del consumo sostenible la comparten todos los miembros y organizaciones de la sociedad; los consumidores informados, los Estados Miembros, las empresas, los sindicatos y las organizaciones ambientales y de consumidores desempeñan funciones particularmente importantes a ese respecto.* De ese contexto también podemos resaltar la Declaración (UICN), en el capítulo “II. Principios generales y emergentes para promover y alcanzar la justicia ambiental a través del Estado de Derecho en materia ambiental por medio de dos principios fundamentales en materia de justicia biocultural o ambiental, estos son el indubio in dubio pro natura y el in dubio pro agua, que constituyen nuevos paradigmas eco-céntricos, que podemos unificarlos como derivados del principio precautorio en materia de daños para una tutela efectiva.-

En síntesis, de la investigación, el objetivo de la investigación es resaltar que la crisis ambiental es consecuencia de un modelo de desarrollo no sostenible, donde la crisis climática y la pérdida de biodiversidad están afectados principalmente por el modelo económico neoextractivista dominante que se encuentran a espalda a los valores del consumo sustentable; donde resulta imperioso que la información al consumidor tenga contenido ambiental claro, adecuado, oportuno y veraz.

El consumidor es antropoceno ambiental.

La educación para el consumo sustentable es un derecho fundamental del consumidor.

La información adecuada, oportuna y veraz deberá acompañarse con el consumo sustentable.

El modelo neoextractivista conspira contra el consumo sustentable.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barocelli. (2020). *La problemática de los consumidores hipervulnerables en el derecho del consumidor argentino* (Vol. IV). (S. S. Barocelli, Ed.) Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Facultad de Derecho. Secretaría de Investigación. Departamento de Publicaciones.

Frustagli, S. (s.f.). La tutela del consumidor hipervulnerable en el Derecho argentino.

Garzino, M. C. (2020). Tesis Doctoral - Definición legal y supuestos controvertidos de la condición de consumidor. *Análisis comparado de los derechos español y argentino* .

Ramirez Guevara, S., Galindo Mendoza, M., Contreras Servín, C. (2014). Justicia ambiental. Entre la utopía y la realidad social .

Rawls, J. (1971) -Teoría de la justicia - México: Fondo de Cultura Económica, 1971/2010, p. 17.

Riera, M. A. (2011)- - “Historia, ciudad y río, el borde costero de la ciudad de Corrientes en la construcción de un paisaje cultural” Editado por la Junta de Historia de la provincia de Corrientes

Rossati Horacio (2007) - Derecho ambiental constitucional – Ry C-

Svampa, M; Viale, E (2020) El colapso ecológico ya llegó. Una lógica para salir del (mal) desarrollo. Ed. Siglo XXI

Senado. (2019). *Senado de la Nación Argentina*. Obtenido de [www.senado.gob.ar](http://www.senado.gob.ar) > downloadPdf

Silvero Fernández, C. (2021) Contratos teoría y práctica- Ed. Contexto.

Silvero Fernández, C. (2021) – Nueva ley de alquileres- con aportes de Martha Altabe de Lertora- Ed. Contexto.

Silvero Fernández, Carlos (1999) -Medio Ambiente ~ Defensa Del Consumidor- en: DJ 1999-2, pag 733  
BS AS

FILIACIÓN

**AUTOR1:** Director - PEI 004/2019-

**AUTOR2:** Integrante PEI 004/2019-