

Diritto e politica dei trasporti

Rivista semestrale *open access* di dottrina, giurisprudenza e documentazione

Fascicolo 1/2025

Con i contributi di
**Fernando Elorza Guerrero, Manuel Guillermo Sarmiento García,
Emilio Romualdi, Christina Zournatzi, Lucrezia Magli,
Nicola Pierpaolo Barbuzzi, Gino Fontana, Martina Baltuzzi,
Vincenzo Palo, Paolo Felix Iurich, Marco Di Giugno,
Paolo Sabra Piazza, Francesca Di Monaco, Emma Maresca**

ISSN 2612-5056

LUISS



La Rivista è promossa dall'Osservatorio sul Trasporto Aereo "Antonio Catricalà" Luiss G. Carli, anno 8, n. 14 (I-2025), ed è registrata presso il Tribunale di Roma al n. 150/2018 del 19 settembre 2018.

The Journal is published by the Air Transport Observatory "Antonio Catricalà" at Luiss G. Carli, and it is registered at the Court of Rome under No. 150/2018 on 19 September 2018.

Direttore responsabile/Editor-in-Chief: Prof. Francesco Gaspari, Università degli Studi "G. Marconi" di Roma e Osservatorio sul Trasporto Aereo "Antonio Catricalà" Luiss G. Carli

<http://www.dirittoepoliticadeitrasporti.it/>

La rivista è promossa dall'Osservatorio sul Trasporto Aereo "Antonio Catricalà" Luiss G. Carli, anno 7, n. 12 (I-2024)

ISSN 2612-5056

Luiss University Press

Creative Commons (CC BY-NC-ND 3.0 IT) Consentite la consultazione e la condivisione. Vietate la vendita e la modifica.

Diritto e politica dei trasporti è una Rivista online e open-access, classificata dall'Anvur tra le riviste di classe A nell'area disciplinare 12 (Scienze giuridiche), indicizzata da DOAJ - Directory of Open Access Journals (<https://doaj.org/>) e da ERIH PLUS - European Reference Index for the Humanities and Social Sciences (<https://kanalregister.hkdir.no>).

Diritto e politica dei trasporti is an online, open-access, Anvur class A Journal, subject area 12 (Law). It is indexed in DOAJ - Directory of Open Access Journals (<https://doaj.org/>) and in ERIH PLUS - European Reference Index for the Humanities and Social Sciences (<https://kanalregister.hkdir.no>).

Grafica e impaginazione: Ente Nazionale Aviazione Civile e Luiss University Press

Pubblicato nel mese di ottobre 2025

Modalità di invio dei contributi

Chiunque può inviare il suo scritto in file ".doc" alla direzione della Rivista (direzione@dirittoepoliticadeitrasporti.it) o alla Segreteria editoriale (redazione@dirittoepoliticadeitrasporti.it) unitamente alle seguenti informazioni:

1) i dati personali dell'Autore, la qualifica accademica e/o professionale, nonché i recapiti;
2) un abstract in lingua inglese e uno in lingua italiana, che non deve superare le 1.000 battute ciascuno (spazi inclusi), 5 parole chiave;

3) l'autorizzazione al trattamento dei dati personali forniti dall'Autore alla Rivista, ai sensi del Regolamento UE 679/2016 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 (Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati), nonché del decreto legislativo 30 giugno 2003, n. 196 (Codice in materia di protezione dei dati personali);

4) una formale richiesta di pubblicazione, che si intende implicitamente inclusiva delle seguenti dichiarazioni da parte dell'Autore:

a) che il lavoro sia esclusivo frutto dell'Autore e sia stato redatto nel rispetto delle norme del diritto d'autore e della riservatezza delle informazioni anche con riferimento alle fonti utilizzate;

b) che l'Autore non ha già pubblicato ovvero non ha chiesto la pubblicazione dello scritto ad altra rivista, salvo espresso consenso del Direttore o del Comitato di direzione;

c) che le posizioni espresse impegnano l'Autore e non la Rivista;

d) che l'Autore esonera la Rivista da ogni responsabilità con riguardo alla scelta di pubblicare lo scritto, non pubblicarlo o di rimuoverlo dalla rivista in caso di violazione di norme di legge o nei casi previsti dal Codice etico adottato dalla Rivista;

e) che l'Autore rispetta tutte le altre indicazioni contenute nel Codice etico della Rivista.

Il Direttore o il Comitato di direzione si riserva di non pubblicare i contributi che non rispettino le caratteristiche editoriali richieste. Gli autori sono gli unici responsabili dei contenuti dei loro scritti. Non si accettano scritti anonimi.

Tutti i contributi sono pubblicati in formato PDF. Si possono stampare gli "estratti" con le indicazioni tipografiche della Rivista e con la data di pubblicazione.

I criteri redazionali sono indicati nell'apposita sezione della Rivista.

Submission of contributions

Manuscripts are sent in ".doc" format to the Journal's Executive Editors (direzione@dirittoepoliticadeitrasporti.it) or to the Editorial Staff (redazione@dirittoepoliticadeitrasporti.it). The e-mail includes the following information:

1) Author's personal data, academic and/or professional qualifications, contacts;

2) an abstract in Italian language and an abstract in English of not more than 1.000 characters each (including spaces), 5 key words;

3) authorization to process personal data provided by the Author to the Journal in accordance with Regulation EU 679/2016 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 (General Data Protection Regulation), and Legislative Decree 30 June 2003, No. 196 (Italian Personal Data Protection Code);

4) request to publish the manuscript, which implicitly includes the following declarations by the Author:

- a) that the manuscript is the result of research activity conducted by the Author and that it complies with the rules on intellectual property rights and on confidentiality of information, also with regards to the sources used;
- b) that the manuscript has not been already published nor has been submitted for publication to another Journal, except for express consent by the Editor-in-Chief or the Executive Editors;
- c) that the views expressed in the publication are the sole responsibility of the Author and do not reflect the views of the Journal;
- d) that the Author explicitly exonerates the Journal of all responsibility with regards to the choice to publish the manuscript, not to publish it, as well as to remove it from the Journal in the event of a breach of any legal provisions or in the cases laid down in the Code of Ethics adopted by the Journal.
- e) that the Author abides by all other provisions of the Journal's Code of Ethics.

The Editor-in-Chief and the Executive Editors reserve the right not to publish contributions that do not comply with the editorial criteria. Authors only are exclusively responsible for the contents of their writings. Anonymous writings are not accepted. All contributions are published in PDF format. Off-prints may be downloaded and printed. Editorial criteria are available online, in the relevant section of the Journal.

Comitato di direzione/Executive Editors

Pres. Pierluigi Di Palma (Ente Nazionale Aviazione Civile)
 Prof. Ruggiero Dipace (Università del Molise)
 Prof. Francesco Gaspari (Università degli studi di Roma "Guglielmo Marconi")
 Prof.ssa Laura Lamberti (Università degli studi della Campania "Luigi Vanvitelli")

Comitato scientifico e tecnico /Scientific and Technical Board Presidente

Prof. Aristide Police (Luiss "G. Carli")

Componenti

Dr. Ruwantissa Abeyratne (Aviation Strategies International – Montreal)
 Prof. Marco Calabrò (Università degli studi della Campania "Luigi Vanvitelli")
 †Prof. Antonio Catricalà (Link Campus University)
 Prof. Danilo Ceccarelli Morolli (Università degli studi di Roma "Guglielmo Marconi" e Pontificia Università Gregoriana)
 Prof. Michele M. Comenale Pinto (Università di Sassari)
 Prof. Pierre de Gioia Carabellese (Fellow of Advance HE – York, UK, e full Professor of Business Law and Regulation – ECU, Perth, Australia)
 Prof. Massimo Deiana (Università di Cagliari)
 Pres. Pierluigi Di Palma (Ente Nazionale Aviazione Civile)
 Prof. Ruggiero Dipace (Università del Molise)
 Prof. Alberto Emparanza Sobejano (Universidad del País Vasco – Spagna)
 Pres. Mario Folchi (Asociación Latino Americana de Derecho Aeronáutico y Espacial – Argentina)
 Prof. Fabio Francario (Università di Siena)
 Prof. Francesco Gaspari (Università degli studi di Roma "Guglielmo Marconi")
 Prof.ssa Loredana Giani (Università Europea di Roma)
 Prof. Brian Havel (McGill University – Montreal)
 Avv. Valentina Lener (Aeroporti 2030)
 Prof. Mario Libertini (Università degli studi di Roma "La Sapienza")
 Avv. Gianluca Lo Bianco (Ente Nazionale Aviazione Civile)
 Prof. Sergio Marchisio (Università degli studi di Roma "La Sapienza")
 Prof. José Manuel Martin Osante (Universidad del País Vasco – Spagna)
 Pres. Gerardo Mastrandrea (Consiglio di Stato)
 Prof. Roberto Miccù (Università degli studi di Roma "La Sapienza")
 Prof. Marco Fabio Morsello (Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo – Brasile)

Prof. Angelo Piazza (Università di Roma "Foro Italico")
 Prof. Elisabetta G. Rosafio (Università degli studi di Roma "Tor Vergata")
 Prof. Francesco Rossi Dal Pozzo (Università degli studi di Milano)
 Prof.ssa Maria Alessandra Sandulli (Università Roma Tre e Corte costituzionale)
 Prof. Mario Sebastiani (Università degli studi di Roma "Tor Vergata")
 Prof. Christoph Schmid (Universität Bremen – Germania)
 Prof. Franco Gaetano Scoca (Università degli studi di Roma "La Sapienza")
 Prof. Stefano Salvatore Scoca (Università degli studi di Roma "La Sapienza")
 Prof. Leopoldo Tullio (Università "Sapienza" – Roma)

Comitato editoriale/Editorial Board

Prof.ssa Flaminia Aperio Bella
 Avv. Patrizia Beraldi
 Prof.ssa Yolanda Bustos Moreno
 Avv. Luigi Cameriero
 Avv. Marco Cappai
 Prof. Luigi De Propriis
 Avv. Marco Di Giugno
 Dott. Federico Di Palma
 Avv. Fabrizio Doddi
 Avv. Francesco Ferrara
 Dott. Simone Francario
 Avv. Raissa Frascella
 Dott. Guglielmo Aldo Giuffrè
 Prof.ssa Annarita Iacopino
 Prof.ssa Maria Assunta Icolari
 Avv. Emanuela Lanzi
 Dott. Antonio Mitrotti
 Avv. Andrea Nardi
 Dott. Simone Paoli
 Avv. Anton Giulio Pietrosanti
 Prof. Marco Ragusa
 Dott.ssa Lavinia Samuelli Ferretti
 Dott.ssa Ersilia Sanginario
 Avv. Francesco Scalia
 Prof.ssa Martina Sinisi
 Dott.ssa Veronica Sordi
 Avv. Giovanni Terrano
 Avv. Francesco Tomasicchio
 Dott.ssa Sabrina Tranquilli

Transporte aéreo y derecho de los usuarios o consumidores. El Decreto 809/24 del PEN *

Emilio Romualdi

Director de Doctorado en Derecho de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Universidad John F. Kennedy, Buenos Aires, Argentina

Abstract

Air Transport and Consumer Rights: The Impact of Decree 809/24.

This paper explores the intersection of air transport services and consumer protection law in Argentina, particularly in light of Decree 809/24 enacted by the Executive Branch. It begins by analyzing the conceptual framework of the consumer and user within the legal context, emphasizing their interchangeability and relevance to public services like air transport. The discussion highlights the evolution of consumer characteristics in the digital age and the increasing demands for transparency, immediacy, and authenticity. The second part examines how Decree 809/24 incorporates core principles of consumer law, including the prohibition of abusive clauses, the requirement for clear and accurate information, safeguards against misleading advertising, mechanisms for damage prevention and redress, and streamlined dispute resolution channels. Finally, the paper situates these legal advancements within the broader constitutional framework of Article 42 and key case law precedents, reaffirming the applicability of consumer protection norms to air transport contracts.

Trasporto aereo e diritti dei consumatori: l'impatto del decreto 809/24.

Questo articolo esplora l'intersezione tra i servizi di trasporto aereo e la normativa a tutela dei consumatori in Argentina, in particolare alla luce del decreto 809/24 emanato dall'Esecutivo. Inizia analizzando il quadro concettuale di consumatore e utente nel contesto giuridico, sottolineandone

* Sottoposto a referaggio.

l'intercambiabilità e la rilevanza per i servizi pubblici come il trasporto aereo. La discussione mette in luce l'evoluzione delle caratteristiche dei consumatori nell'era digitale e la crescente domanda di trasparenza, immediatezza e autenticità. La seconda parte esamina come il Decreto 809/24 integri i principi fondamentali del diritto dei consumatori, tra cui il divieto di clausole abusive, l'obbligo di informazioni chiare e accurate, le garanzie contro la pubblicità ingannevole, i meccanismi di prevenzione e risarcimento dei danni e la semplificazione dei canali di risoluzione delle controversie. Infine, il documento colloca questi progressi giurisprudenziali nel più ampio quadro costituzionale dell'articolo 42 e dei principali precedenti giurisprudenziali, ribadendo l'applicabilità delle norme di tutela dei consumatori ai contratti di trasporto aereo.

Keywords: Consumer protection, Air transport, Decree 809/24, Misleading advertising, Passenger rights

Parole chiave: Tutela del consumatore, Trasporto aereo, Decreto 809/24, Pubblicità ingannevole, Diritti dei passeggeri

Sommario –1. El derecho del consumo y los servicios públicos. – 2. El Decreto 809/24 y el derecho del consumo. – 3. Epílogo.

1. El derecho del consumo y los servicios públicos

El “mundo doctrinario aeronáutico” ha discutido en base a la pretendida autonomía la aplicación de las normas del consumidor al contrato de transporte aéreo.

En ese contexto de controversia de opiniones me parece oportuno hacer algunas consideraciones sobre el concepto de consumidor y el de usuario y su asimilación en el marco del denominado derecho del consumo.

Este último puede ser conceptualizado como “*la disciplina jurídica de la vida cotidiana del habitante de la sociedad de consumo*”¹.

El bien jurídico tutelado es la persona humana, a la que presta auxilio el ordenamiento jurídico para asegurarle bienestar e indemnidad al abastecerse de bienes de consumo o utilizar servicios públicos, sobre todo a partir del fenómeno en el cual los estados dejaron de prestar los mismos quedando estos en manos de operadores privados.

Es, en definitiva, por un lado, un régimen de calificación de conducta de los proveedores de bienes y servicios en relaciones no paritarias a lo que se suma, por el otro, un mecanismo de resolución de controversias mediante mecanismos ágiles, simples que facilitan la solución del conflicto.

1. J. Baudrillard, *A sociedade de consumo*, trad. de Artur Morao, Lisboa, 1981, p. 27 (cit. por Gabriel Stiglitz, *Defensa de los consumidores de productos y servicios*, Ediciones La Rocca, 2001, p. 87).

El objetivo primario entonces es equiparar la relación de fuerzas entre quienes monopolizan el poder de negociación y quienes buscan satisfacer sus necesidades básicas.

La denominada *subordinación estructural*, en la que se encuentran quienes necesitan adquirir o utilizar bienes de consumo respecto de los proveedores de tales bienes y el creciente impacto social de estas vinculaciones jurídicas, ha hecho que el Estado deba involucrarse en ellas y asumir sus consecuencias como propias y ya no como una mera cuestión “entre particulares”.

Luego, en el diccionario de la Real Academia Española se define consumidor como la persona que adquiere productos de consumo o utiliza ciertos servicios.

A modo de ejemplo el concepto de consumidor definido en el artículo 3 del RD legislativo 1/2007² establece que son consumidores o usuarios las personas físicas que actúen con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión.

Son también consumidores, a efectos de esta norma, las personas jurídicas y las entidades sin personalidad jurídica que actúen sin ánimo de lucro en un ámbito ajeno a una actividad comercial o empresarial.

Asimismo, se establece que a los efectos de esa ley y sin perjuicio de la normativa sectorial que en cada caso resulte de aplicación, tienen la consideración de personas consumidoras vulnerables respecto de relaciones concretas de consumo, aquellas personas físicas que, de forma individual o colectiva, por sus características, necesidades o circunstancias personales, económicas, educativas o sociales, se encuentran, aunque sea territorial, sectorial o temporalmente, en una especial situación de subordinación, indefensión o desprotección que les impide el ejercicio de sus derechos como personas consumidoras en condiciones de igualdad.

Se pueden distinguir dos tipos de consumidor conforme su pertenencia o no a una organización mayor que ellos mismos:

- Consumidor personal. Aquel que compra lo que necesita en su vida cotidiana y piensa en sí y su núcleo familiar únicamente. Es decir, son quienes compran el producto o el servicio ya elaborado y quienes le dan uso. A estos la publicidad dedica sus esfuerzos de promoción y motivación al consumo, y el marketing o mercadeo estudia los patrones de consumo que presenta su comunidad específica.
- Consumidor organizacional. Aquel que compra para una empresa, institución u organización entera, o que tiene en cuenta las necesidades de un negocio que regenta o del que participa.

Luego, también se pueden clasificar a los consumidores dada su ubicación en la cadena de consumo como:

- Consumidores finales. Estos son aquellos que dan uso a los bienes o servicios adquiridos de manera tal que agotarán su necesidad una vez que lo hayan hecho. Es decir, son el punto final de la cadena de producción y consumo.

2. Mediante este instrumento de 16 de noviembre se aprueba el texto refundido de la Ley General para la defensa de los consumidores y usuarios y en el artículo 2 de la Ley 11/1998, de 9 de julio, de protección de los consumidores de la Comunidad de Madrid.

- Consumidores intermedios. Son aquellos que son un eslabón intermedio de la cadena y no el final, es decir, no agotan su necesidad de consumo, sino que la renuevan constantemente (la invierten).

Los consumidores actuales son influenciados por la revolución tecnológica tienen por lo menos las siguientes características:

- Están conectado a la red. El Internet es su lugar favorito de búsqueda de productos y servicios lo que ocurre ya de manera generalizada en el transporte aéreo. Se sostiene, que el 63% de mujeres y 77% de hombres adultos no pasan más de una hora sin conectarse con sus teléfonos celulares³.
- La opinión es importante. Los consumidores actuales comparten todo: sus experiencias, sus opiniones, y les gusta sentirse tomados en cuenta. Las redes sociales y la cultura 4.0 – que ha evolucionado desde la cultura 2.0 – permitieron que la brecha entre empresa y cliente se hiciera más corta, a lo que los consumidores de hoy no están dispuestos a renunciar⁴.

Ello complementa la función del precio como indicador de mercado.

En tal sentido, sostiene Fridman⁵ que los precios cumplen tres funciones al organizar la actividad económica: primero, transmiten la información, segundo proporcionan un incentivo para adoptar aquellos métodos de producción que son menos costosos y, por consiguiente, utilizar los recursos disponibles para los propósitos más altamente valorados; tercero, determinan quién consigue cuánto del producto –la distribución de los ingresos.

- Se (des)fidelizan rápido. Los consumidores actuales son rápidos en su elección de consumo, pero con la misma velocidad pueden renunciar a ella y cambiar a otra si ésta deja de satisfacer sus expectativas. En este sentido, el transporte aéreo con el crecimiento de la oferta y las modificaciones de sus características en esta es un caso claro donde no hay una gran fidelización más allá de los programas implementados por las empresas a tal fin. El pasajero busca la mejor oferta posible en el marco de sus posibilidades siendo ahí donde el tema de la publicidad engañosa juega un rol fundamental.
- Demanda inmediatez. Los largos tiempos de espera y los canales lentos de comunicación no tienen lugar en el imaginario del consumidor contemporáneo. Todo debe ser rápido y al instante. Eso es lo que hace central el sistema de transmisión de datos por medio de las redes.
- Persigue la autenticidad. El consumidor moderno busca sentirse a salvo de la publicidad engañosa. Exige lealtad a sus empresas y a cambio ofrece ser un cliente exclusivo.

Ahora bien, el término consumidor, conforme vamos viendo, tanto en la doctrina como en la jurisprudencia, es equivalente al término “usuario” de modo que pueden utilizarse ambos de manera indistinta.

El término usuario, por otro lado, remite claramente a los servicios públicos entre los que se encuentra el transporte aéreo dado que puede entenderse el término como la persona que utiliza

3. <https://concepto.de/consumidor/>.

4. <https://concepto.de/consumidor/>.

5. M. Friedman, R. Friedman, *Libre para elegir*, Deusto, 2020.

un servicio, radicando el distinguo en el objeto del acto de consumo en si mismo relacionado a la adquisición de un bien, sin importar si el mismo ha sido realizado a título oneroso o gratuito.

Tanto es así que Tapia Salinas define al contrato de transporte aéreo como “*un contrato mediante el cual una persona, denominada transportista, conviene con otra, que llamaremos usuario, en el traslado de un lugar a otro, en aeronave y por vía aérea, de una determinada persona o cosas en las condiciones estipuladas por ambas partes*”⁶.

Ahora bien, en general el derecho del consumo tiene varios aspectos fundamentales de las relaciones entre los productores y los consumidores que se expresan en los principios que rigen la disciplina.

Estos son:

- Protección a la vida, salud y seguridad.
- Educación en el consumo.
- Protección de intereses económicos.
- Información.
- Protección contra la publicidad engañosa.
- Derecho a la modificación de prestaciones desproporcionadas.
- Derecho a la efectiva prevención y reparación de daños.
- Acceso a órganos judiciales y administrativos. Derecho a la representación.

Vemos entonces cuales de estos aspectos han sido cubiertos en la reglamentación dictada.

2. El Decreto 809/24 y el derecho del consumo

De conformidad con lo que establecimos previamente veamos el abordaje de estos aspectos fundamentales de tutela del consumidor/usuario con fuente última siempre en el artículo 42 de la Constitución Nacional.

a) En cuanto allá protección de los intereses económicos se prohíben las cláusulas abusivas que desequilibren la relación entre el contractual en favor del proveedor de bienes y servicios y trata de asegurar que el consumidor conozca por anticipado todas las condiciones generales de la contratación que el empresario pretende utilizar – artículo 6 del Anexo I del decreto 809/24 –.

b) En cuanto a la publicidad está regulada en varios artículos de la nueva normativa destacándose que, durante el proceso de comercialización y ejecución del contrato de transporte aéreo, el Transportador garantizará al Pasajero el trato digno, respetuoso y equitativo. En el caso del intermediario será este el único responsable de la falta de trato digno, respetuoso y equitativo, durante toda su intervención.

En los artículos 4° a 10 de la normativa en cuanto a la debida publicidad se establece que

- el Transportador y/o el Intermediario que intervenga deberá proveer información adecuada,

6. L. Tapia Salinas, *La regulación jurídica del transporte aéreo*, Instituto Francisco de Vitoria, Ministerio del aire, Consejo superior de investigaciones científicas, Madrid, 1953, p. 96.

veraz, taxativa, clara, precisa, en idioma nacional y detallada de las características esenciales de los servicios ofrecidos al Pasajero, de las condiciones de su comercialización y de las reglas aplicables.

- Durante el proceso de comercialización el Transportador y/o el Intermediario pondrán a disposición del Pasajero, previo a la emisión del billete de pasaje, y para cada vuelo consultado, la información calidades ofrecidas detallando las condiciones tarifarias, plazo de validez, existencia de derecho a devolución y/o cambio, con eventuales penalidades en caso de corresponder, las reglas de presentación para el embarque y el plazo máximo de estadía. Se informará además las escalas, paradas o estancias, tiempo de conexiones, cambio de aeródromos o de aeronaves, y servicios incluidos o con cargo adicional en comidas, comidas especiales, elección de asientos, franquicia o cargo de equipaje declarado, no declarado y exceso de equipaje. De igual modo, si el itinerario incluye uno o más tramos operados por otro Transportador, deberá informarse al Pasajero esta circunstancia, indicando el Transportador que operará cada vuelo.
- En aquellos casos en que el pasaje sea comercializado y emitido por un intermediario, la obligación sobre la puesta a disposición de la información al Pasajero recaerá exclusivamente sobre este último, sin responsabilidad del Transportador por los errores u omisiones del Intermediario en este proceso. El Intermediario será el único responsable de los actos u omisiones de sus empleados y agentes cuando estos actúen en el ejercicio de sus funciones, como si fueran propios. El Intermediario no responderá por el incumplimiento total o parcial de las obligaciones del Transportador relacionadas con el contrato de transporte, en tanto este incumplimiento no esté causado por un acto u omisión atribuible al Intermediario con culpa de este.
- En cuanto a la información al momento de efectuar la reserva y luego en la emisión del billete de pasaje, el Pasajero o Intermediario interviniente en la contratación deberá ingresar un medio de comunicación ágil a fin de que el pasajero pueda recibir información sobre su viaje. La falta de suministro de información de contacto o la falta de consulta del correo electrónico eximirá al Transportador por la falta de información recibida por el Pasajero.
- El Transportador deberá informar al Pasajero cualquier procedimiento especial de despacho de Equipaje debido a su peso, dimensión y/o finalidad deportiva/recreativa. El transporte de equipaje que no se encuentre permitido conforme el reglamento y/o los procedimientos especiales establecidos por el transportador podrá ser rechazado o sometido al régimen del contrato de transporte de carga, corriendo por cuenta del Pasajero los costos adicionales que correspondan.
- El Transportador deberá proveer información correspondiente al régimen de transporte y procedimiento propio de transporte de carga o animales, cuando ofrezca dicho servicio. En los artículos 63 y 64 se reglamenta el transporte de animales donde se establece que los animales domésticos deberán ser aceptados para el transporte y recibir un debido trato por parte del transportador. Se podrá transportar animales en la cabina de la aeronave conforme las re-

gulaciones del transportador y sujeto a su peso y permanencia en bolso o contenedor cómodo, flexible y que permita al animal moverse con soltura y acostarse, cuyas dimensiones y ubicación en la aeronave serán determinadas por cada transportador.

- El Transportador deberá asimismo proveer al pasajero información sobre los artículos prohibidos para transportar en el Equipaje. La información también deberá proporcionarse y/o estar efectivamente disponible al momento del registro de embarque del pasajero al inicio del vuelo (*check in*).

c) En cuanto al tema específico de la publicidad engañosa la normativa establece que las precisiones formuladas en la publicidad o en anuncios, prospectos, circulares u otros medios de difusión inclusive los virtuales, se tienen por incluidas en el contrato con el Pasajero y obligan al oferente.

Esto se vincula con la norma general establecida en el artículo 1283 del Código Civil y Comercial de la nación en cuanto estipula que el transportista que ofrece sus servicios al público – en este caso el aéreo – está obligado a aceptar los pedidos compatibles con los medios ordinarios de que dispone, excepto que exista un motivo serio de rechazo; y el pasajero o el cargador están obligados a seguir las instrucciones dadas por el transportista conforme a la ley o los reglamentos. Los transportes deben realizarse según el orden de los pedidos y, en caso de que haya varios simultáneos, debe darse preferencia a los de mayor recorrido. Siempre es necesario recordar que esta regla es aplicable subsidiariamente conforme artículo 1281 del CCyC.

De este modo, el transportador está obligado a respetar los términos, plazos, condiciones, modalidades, excepciones y demás circunstancias conforme a las cuales hayan sido ofrecidos, publicitados o convenidos dichos servicios.

d) En cuanto a la debida prevención y reparación de daños más allá de los dispuesto en el Código Aeronáutico y lo previsto en el artículo 70 del Decreto se establece que se deberá poner a disposición del Pasajero al menos un canal no presencial habilitado permanentemente para que éste pueda realizar reclamos, solicitar información y realizar gestiones sobre el contrato de transporte. En tal sentido se establece que el transportador deberá brindar asistencia efectiva al pasajero, sea de manera presencial o a través de mecanismos alternativos de asistencia en el aeródromo para atender las solicitudes de información, consultas y quejas del Pasajero, así como cumplir debida y diligentemente con las obligaciones derivadas de retrasos, cancelaciones de vuelos e interrupciones del servicio.

e) Acceso a órganos judiciales y administrativos. Se establece en el decreto que se sancionarán procedimientos especiales para que los consumidores, las asociaciones y organismos públicos creados puedan defenderse y prohibir ciertas prácticas abusivas.

Se crea a tal fin el Servicio de Conciliación para Pasajeros de Transporte Aéreo en la órbita de la Secretaría de Transporte del Ministerio de Economía, por el que se dirimirán mediante un procedimiento ágil los reclamos iniciados por los Pasajeros de Transporte Aéreo, con los alcances, las modalidades, la metodología y las formas que determine y reglamente la referida Secretaría de Transporte.

Esto se enmarca en la idea central de tener procedimientos rápidos para cuestiones de bajo contenido económico que no justifica poner en marcha del sistema judicial de resolución de controversias más allá de las posibilidades siempre vigentes de encontrar una solución en la etapa de mediación previa.

3. Epílogo

En cierto modo la discusión ya previamente sobre si se aplican normas o principio de derecho del consumo había estado algo resuelta en el precedente “Alfaro”⁷ en cuanto se sostuvo que el hecho de que la cancelación del vuelo no se encuentre prevista en el Convenio de Montreal, e incluso en la hipótesis que no resulte aplicable al presente caso la Resolución N° 1532/1998 – derogada y reemplazada por el Decreto 809/24, no implican la inmunidad del transportista frente a normas de rango constitucional que protegen a los usuarios y consumidores, por el incumplimiento contractual que la cancelación intempestiva e infundada de un vuelo (artículo 42 de la Constitución Nacional).

Siempre pensé que si el artículo 29 del Convenio de Montreal excluye los daños punitivos es porque admitiría la aplicación supletoria de otras normas vinculadas a la defensa del usuario. Ello así porque sino debería haber efectuado una exclusión más amplia del sistema normativo que los incluye y que podría resultar aplicable al transporte aéreo.

Ahora, más allá de todas estas consideraciones está creo claro que en la nueva normativa se aplican muchas de los principio del denominado derecho del consumo estableciéndose además un mecanismo rápido de resolución de controversias que se encuadra en los modernos mecanismos de protección a las personas.

7. Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal Sala II: Alfaro, German José y otro c/ United Airlines s/ incumplimiento de contrato S 26 de septiembre de 2024.