

**CAPÍTULO II**

**LA PUBLICIDAD Y LOS BANCOS.  
APLICACIÓN DEL ART. 8 DE LA LEY 24.240**

GRACIELA LOVECE

1. Introducción .....	37
2. La publicidad como herramienta económica, ideológica y jurídica .....	40
2.1. La publicidad como síntesis de la sociedad de consumo .....	41
2.2. El uso ideológico de la comunicación y sus efectos controlantes sobre el individuo .....	42
2.3. El enfoque jurídico de la publicidad .....	44
3. La publicidad desleal .....	46
4. Publicidad engañosa .....	49
5. La publicidad y la captación del cliente bancario .....	52
6. La oferta y las precisiones publicitarias. La ejecución del contrato y el marco general de la publicidad como obligación del principio de buena fe .....	54
7. La Ley del Consumidor y la responsabilidad de las casas matrices .....	59
8. Conclusiones .....	62

**CAPÍTULO III**

**EL DERECHO DE INFORMACIÓN DEL CLIENTE BANCARIO**

MANUEL CUIÑAS RODRÍGUEZ

.....	67
-------	----

**CAPÍTULO IV**

**RESPONSABILIDAD DE LOS GRUPOS ECONÓMICOS  
Y LA MARCA BANCARIA**

CELIA WEINGARTEN

1. Introducción .....	81
2. Los grupos económicos. Formas de agrupamiento en el ámbito bancario: Sucursal y filial .....	83
3. La atribución de responsabilidad a los grupos económicos .....	86

4. La extensión de la condena a las casas matrices en la actual jurisprudencia .....	88
5. La confianza como estrategia de captación del cliente y fundamento de la responsabilidad .....	89
6. La imagen de la marca y su protección en la Ley de defensa del Consumidor .....	93
7. La confianza como valor económico del Banco y la reparación de daños .....	93

**CAPÍTULO V**

**LA INTERPRETACIÓN DE LOS CONTRATOS BANCARIOS:  
LOS PRINCIPIOS GENERALES DEL CÓDIGO CIVIL Y DE LA LEY DE  
DEFENSA DE LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR**

GRACIELA LOVECE

1. Introducción .....	99
2. La interpretación como proceso de micro y macro análisis .....	102
2.1. La reconstrucción histórica: la valoración normológica y el contexto (social, económico, etc.) .....	104
2.2. El proceso de culturización como elemento particular de los contratantes y general como marco del negocio .....	106
3. La interpretación judicial como elemento de poder en el reestablecimiento de la simetría del consumidor frente a la entidad bancaria .....	110
4. La interpretación de los contratos bancarios deben seguir las Ley de Defensa del Consumidor .....	115
5. Conclusión .....	117

**CAPÍTULO VI**

**LA RESPONSABILIDAD DEL BCRA  
Y SOLIDARIA DE SUS DIRECTORES**

CARLOS A. GHERSI

1. Introducción .....	121
2. La teoría general de la reparación de daños. Estructuras y elementos .....	123

2.1. Primera estructura o fase: sus elementos comunes .....	123
2.2. Segunda estructura o fase: Elementos específicos .....	125
2.3. Tercera estructura o fase: Elemento común .....	126
2.4. La cuarta estructura o fase: Extensión de la reparación .....	127
2.5. Quinta estructura o fase: formulaciones reparatorias .....	127
2.6. Sexta estructura o fase: Cuantificación económica .....	127
3. La responsabilidad del Estado: bases teóricas .....	128
4. La responsabilidad del Banco Central y del Estado desde la normativa específica, frente a los usuarios .....	130
4.1. Responsabilidad derivada del poder de legislar para dar trasparencia al mercado financiero .....	134
4.2. La responsabilidad derivada del poder de controlar, para dar seguridad económico-jurídica al mercado financiero para los usuarios .....	138
4.3. Responsabilidad subjetiva de los funcionarios públicos del Banco Central que acarrea la responsabilidad refleja del Estado ..	140
5. Conclusiones .....	143

**TENDENCIA JURISPRUDENCIAL**

**PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR BANCARIO**

ROMINA CAVALLI

1. Introducción .....	147
2. Aplicación de la Ley 24.240 a la relación de consumo bancaria .....	148
3. Deber de información (art. 4º LDC) .....	151
4. La publicidad en la relación de consumo bancaria (art. 8º LDC) .....	154
5. Prestación de servicios de conformidad con el ofrecimiento (art. 19 Ley 24.240) .....	156
6. Prohibición (art. 35 Ley 24.240) .....	156
7. De los términos abusivos y las cláusulas ineficaces (art. 37 LDC) .....	158
8. Conclusión .....	160

**JURISPRUDENCIA COMENTADA**

**EL DERECHO AL SECRETO Y LA CONFIDENCIALIDAD  
LA RESPONSABILIDAD BANCARIA POR OBSTRUCCIÓN PROBATORIA**

CELIA WEINGARTEN - CARLOS GHERSI

1. Introducción .....	165
2. Los hechos .....	166
3. La sentencia .....	167
4. Nuestro comentario .....	167
4.1. El valor de la confianza en las relaciones bancarias .....	168
4.2. Las cargas probatorias y la reticencia causal .....	171
5. Los daños : intimidad y secreto bancario en las relaciones de consumo y usuarios .....	172
6. Conclusiones y su proyección futura .....	174

**LEY 25.738**

.....	177
-------	-----

**INDICE GENERAL**

.....	179
-------	-----