

LEGISLACION SOBRE CONSUMO

LA EXPERIENCIA ESPAÑOLA

■ JANINE MORO



Ocho años después de la entrada en vigor de la Ley 26/1894, bautizada como Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (LGDCU), España sigue ostentando la condición de país puntero, dentro de la Comunidad Europea, en cuanto a legislación básica sobre consumo y protección de los consumidores.

La figura del consumidor había quedado ya reflejada en el artículo 51 de la Constitución de 1978, que enco-

mendaba a los poderes públicos la garantía de los derechos de los consumidores. Pero este reconocimiento constitucional no comenzó a tener carta real hasta que estalló el triste escándalo del síndrome tóxico, en 1981, que constituye uno de los problemas más graves de la historia de los fraudes al consumo a nivel mundial y supone un punto rápido de arranque para el desarrollo legal y administrativo de la protección a los consumidores en España.

El síndrome tóxico, provocado por el consumo de aceite de colza adulterado, consiguió que en España se de-

satase, a todos los niveles, una preocupación general por todo lo relacionado con el consumo, incluyendo tanto a las administraciones públicas como a los propios consumidores y a las organizaciones que, aún incipientes en aquel momento, comenzaban a defender los intereses de consumidores y usuarios.

España se incorporaba así, por una vía rápida y dramática, a una tendencia creciente, desde mediados los años sesenta, en todo el mundo desarrollado, que repetía, salvando las distancias, el proceso seguido en otros paí-

ses, donde el incremento de la presión social y el desarrollo del movimiento consumerista a través de asociaciones terminaba siempre por forzar a un desarrollo paralelo de normativas y actuaciones administrativas.

En el caso de España, la reacción oficial se tradujo, a partir del síndrome tóxico, en una aceleración en la elaboración de normas de todo tipo, centradas inicialmente solo en productos de alimentación, pero rápidamente extendidas a otros productos y servicios, cuya culminación vendría en 1984 con la promulgación de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

Ahora, ocho años después, el balance de la experiencia acumulada desde la promulgación de la Ley -polémica desde antes de su nacimiento- incorpora, inevitablemente, aspectos muy positivos acompañados de lagunas importantes en su desarrollo, que en muchos casos de presumían ya desde el primer momento.

Así ocurrió, por ejemplo, con las previsiones iniciales para el desarrollo de la Ley, cuando la propia Administración reconocía que era imposible cumplir la disposición final cuarta de la Ley, en la que se daba un año de plazo para desarrollar los Reglamentos correspondientes. Dificultades evidentes que obligaron a optar por un desarrollo sectorial y paso a paso, del que aún siguen quedando algunos flecos.

TODOS SOMOS CONSUMIDORES

Entrando en el detalle de la "carta magna" del consumo en España, cabe iniciar este estudio con el artículo 2 de la Ley, donde se define al consumidor como "la persona física o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta, como destinatario final, bienes o inmuebles, productos, servicios, actividades o funciones, cualquiera que sea la naturaleza pública o privada, individual o colectiva de quienes los producen, facilitan, suministran o expiden".

El consumidor español tiene, por

tanto, un texto legal que le permite recurrir, en principio, contra quién le proponga un transporte inadecuado o un seguro que no asegura nada, contra los bancos que jueguen con los intereses de los créditos, contra un pequeño comerciante, una multinacional o un servicio público. Eso sí, tiene que probar que esta adquisición de productos o contratación de servicios no está destinada a proseguir la cadena comercial, sin su uso propio.

En cuanto a los derechos garantizados, la legislación española se adapta, en terminos generales, a la mayor parte de las normativas europeas, en la que se contemplan cinco derechos fundamentales:

- 1.- La salud y seguridad.
- 2.- La protección de los intereses económicos.
- 3.- Un fácil acceso a la justicia.
- 4.- La educación e información.
- 5.- La participación en la adopción de decisiones que puedan afectar a sus intereses.

Sin embargo, la Ley española añade al segundo apartado el derecho a la protección de los intereses sociales e intercala el derecho a la indemnización o repa-

ración por daños y perjuicios sufridos.

En cuanto a la adopción de decisiones que puedan afectar a los intereses de los consumidores, ya no se trata solo de participación en la adopción de las mismas, sino del derecho de audiencia en consulta en el estadio anterior, el de la elaboración de los textos que les afectan directamente a través de asociaciones legalmente constituidas.

La legislación española reconoce, asimismo, que los consumidores tienen derecho a la protección jurídica, administrativa y técnica en situaciones de inferioridad, subordinación o indefensión en temas de consumo; al tiempo que se da prioridad a la protección de los derechos de los consumidores cuando haya relación directa con productos o servicios de uso común, ordinario o generalizado.

Se especifica, además, que es nula la renuncia previa a los derechos reconocidos por esta Ley de consumidores y usuarios en el apartado 3 del artículo 2 del capítulo 1. Un apartado que demostró su gran utilidad, por ejemplo, cuando las asociaciones de consumidores empezaron a rastrear las cláusulas abu-



sivas de muchos contratos de seguros.

MULTIPLICIDAD DE TEXTOS

En cuanto a la protección de la salud y seguridad de los consumidores, se podría englobar en este capítulo toda la legislación que se ha ido dictando en temas de alimentación desde 1984, aunque parte de la misma se refiera también a temas de protección de los intereses económicos.

En este área, se promulgaron, desde la fecha citada, una Ley Orgánica, 12 Leyes, 5 Decretos Leyes, 203 Reales Decretos, 287 Ordenes Ministeriales y 56 Resoluciones, sin contar con seis circulares, dos convenios internacionales, y 20 sentencias de recurso de inconstitucionalidad, además de los textos autonómicos y comunitarios correspondientes.

Se trata de un área de competencias muy difuminada entre los Ministerios de Agricultura, Pesca y Alimentación, y de Sanidad y Consumo, principalmente, pero donde también tienen que ver otros Ministerios, como los de Economía y Hacienda; Industria Comercio y Turismo; y Obras Públicas y Transportes.

De hecho, todos estos Ministerios participan en la Comisión Interministerial para la Ordenación Alimentaria (CIOA), reorganizada en julio de 1982 -como una consecuencia directa de los efectos del síndrome tóxico- y que ha sido desde entonces el organismo encargado de la elaboración de la mayoría de la legislación alimentaria.

Además, esta multicompetencia legislativa se reproduce en el ámbito de la inspección, donde pueden llegar a jugar las administraciones locales, autonómicas, nacional de Sani-



dad y de Agricultura y, probablemente, europeas si se llega a implementar algún servicio de "super-inspección".

LA COMPLEJIDAD DE LA SEGURIDAD

Dentro de la protección de la seguridad y salud de los consumidores, la LGDCU engloba la legislación sobre procedimientos o tratamientos de fabricación, etiquetado, presentación, distribución y comercialización, las condiciones técnicas de los mismos, los métodos de análisis, las garantías, responsabilidades, infracciones y sanciones, el régimen de autorización, registro y revisión, etc..

Prevé campañas de control de calidad, tema éste que ha sido asumido por todas las instancias de consumo. A nivel estatal, hemos asistido a unas continuas ampliaciones del Laboratorio de Control de Calidad de Barajas, que ha pasado de analizar solamente productos alimenticios a desarrollar trabajos sobre electrodomésticos gran-

des y pequeños, textiles, etc.. Otro tanto ha ocurrido con los laboratorios dependientes de las Comunidades Autónomas e incluso de los Ayuntamientos con cierto poder económico.

En este sentido, cabe resaltar que las asociaciones de consumidores españolas, siguiendo las pautas de sus homólogas europeas, se han interesado desde su nacimiento en la realización y publicación de análisis comparativos o de controles de calidad de todo tipo de alimentos, objetos, bienes y servicios.

Una práctica que persigue, entre otros objetivos, atraer más lectores a las revistas y publicaciones en las que incluyen este tipo de análisis, con la idea de conseguir una fuente "saneada" de ingresos por esta

vía; aunque, sin embargo, ninguna de estas revistas ha llegado aún a despegar comercialmente.

Situación que, probablemente, responde a un posible error de las propias asociaciones, a la hora de apostar por el modelo de los países del norte de Europa en la presentación de estos análisis, con una multitud de datos y comentarios técnicos, en lugar de aproximarse más al modelo francés, con una seria base científica, pero con una redacción mucho más amena e incluso humorística, que podría enganchar mejor en la sociedad española.

LA GUERRA DE LA PUBLICIDAD

Por su parte, el capítulo III de la LGDCU se dedica a la protección de los intereses económicos y sociales de los consumidores, que en su artículo 8 se refiere a la oferta, promoción y publicidad de los productos.

El tema de la publicidad se ha vis-



to desarrollado en su casi totalidad por la Ley 34/1988 General de Publicidad (LGP). Sin embargo, las asociaciones de consumidores denuncian periódicamente su no aplicación en muchos casos y especialmente en los soportes televisivos desde que han aparecido las televisiones privadas.

Un buen ejemplo es el artículo 5 que, en el apartado 1, especifica que para determinar si una publicidad es engañosa se considerarán las indicaciones concernientes a su nocividad o peligrosidad. Frente a esta indicación, tan solo un ejemplo muy ilustrativo: durante al menos un par de años, desde la publicación de la Ley General de Publicidad, la mayoría de las marcas de coches insistieron en incluir en sus spots televisivos velocidades máximas muy superiores a las autorizadas por las normas del Código de la Circulación. Hicieron falta muchas denuncias de los responsables de consumo en la administración y de las asociaciones para que los creativos buscasen otros argumentos de venta que terminaron por aplicar con éxito.

Otro tanto ocurre con la prohibición recogida en el artículo ocho, respecto a la publicidad en televisión de bebidas alcohólicas con una graduación superior a 20°. La publicidad directa, que algunos siguen emitiendo en las cadenas privadas, se está viendo desplazada por formas aún no previstas por la legislación nacional, como el patrocinio. Este, sin embargo, está regulado por la directiva europea de Publicidad Transfronteriza que no es aplicable hasta que la Administración española no la haya adaptado a la legislación nacional, tema que las asociaciones de consumidores han denunciado repetidamente.

El artículo 10 de la LGDCU se refiere a la oferta, promoción o venta de productos y servicios. Se recuerda que las referidas a las ofertas de las Administraciones Públicas tienen las mismas obligaciones que las que emanan de entidades privadas. Se especifica allí que la redacción de los contratos debe ser concreta, clara y sencilla, que se debe entregar copia del mismo al interesado, que las cláusulas abusivas son nulas en contratos y créditos, así como la inver-

sión de la carga de la prueba en perjuicio del consumidor o usuario, etc..

Este artículo ha sido el punto de partida de una verdadera cruzada de las asociaciones de consumidores para conseguir que los bancos anunciaran, junto a la publicidad genérica de sus créditos, la Tasa Anual Efectiva (TAE), que determina el interés real; al tiempo que ha servido también para que las empresas de seguros corrigiesen prácticas que se habían afianzado por el uso.

Mientras que, por su parte, el artículo 11 especifica que las garantías de bienes duraderos deben reflejar por escrito el objeto sobre el que recae la garantía, el garante, el titular de la garantía, y los derechos mínimos del titular durante dicho plazo.

EL DERECHO A LA INFORMACION

En cuanto al derecho a la informa-

ción, se aplica a bienes, productos y servicios y se fijan los mínimos en una información veraz, eficaz y suficiente sobre sus características esenciales.

Ello implica, al menos, según la LGDCU: origen, naturaleza, composición y finalidad; aditivos autorizados que puedan llevar incorporados; calidad, cantidad y categoría o denominación comercial cuando existan; precio completo o presupuesto así como condiciones jurídicas de la adquisición; fecha de producción e instrucciones para su correcto uso.

Sin embargo, gran parte de estas indicaciones veían limitada su utilidad cuando se promulgó la Ley, porque todavía existían graves deficiencias en el etiquetado de los productos de alimentación, y más aún en los productos industriales.

Esta es, probablemente, la razón por la que la LGDCU incluye en el mismo título a las Oficinas de Información al Consumidor públicas (en la actualidad, la mayoría son municipa-



les) o las que pudieran establecer las asociaciones de consumidores y usuarios. En aquella época aún eran pocas, pero en la actualidad dan servicio a más de la mitad de la población de nuestro país.

Estas Oficinas deben proporcionar a los consumidores información, ayuda y orientación para ejercitar sus derechos. Deben recibir y registrar quejas y reclamaciones y realizar tareas de educación y formación, así como ser sede del sistema arbitral. También tienen que informar sobre autorización de productos y servicios, sobre productos o servicios suspendidos o retirados, sanciones impuestas, etc..

Corresponde también a estos organismos facilitar los resultados de estudios, ensayos, análisis de calidad etc., cuando los productos hayan sido suspendidos o retirados por su riesgo, cuando los datos reflejados estén dentro de los márgenes de tolerancia establecidos, y cuando se trate de campañas de control de calidad cuyas condiciones se especifiquen.

EDUCAR A LOS CONSUMIDORES

El artículo 17 ha sido hasta ahora el menos cumplido de toda la LGDCU. Obliga a los medios de comunicación social de titularidad pública a emitir espacios no publicitarios de información y educación del consumidor. Frente a otros países comunitarios, como Gran Bretaña o Alemania, donde los programas de televisión sobre consumo gozan de horarios y medios estelares, Televisión Española segó el único programa dedicado a consumo al que había dado cabida; mientras que Radio Nacional de España tuvo un intento muy desafortunado que apenas duró unos meses.

En algunos casos, los medios autonómicos si están cumpliendo este objetivo, pero son los menos. Sin embargo, televisiones y radios han ido aumentando la presencia de las asociaciones de consumidores en los programas de información general, a

medida que los temas relacionados con el consumo ganaban protagonismo.

En cuanto a las televisiones privadas, aún no existiendo obligatoriedad para ellas, está claro que su sesgo consumista y publicitario hace muy difícil que, a estas alturas, recojan el guante y se lancen a la emisión de cualquier espacio dedicado al consumo puro. En efecto, siempre existe, con las asociaciones de consumidores, una posibilidad de denuncia que pudiera afectar a un anunciante o a un sector cuyos miembros dominan un buen presupuesto publicitario.

APRENDER A CONSUMIR

El derecho a la educación y formación en materia de consumo, -reflejado en el capítulo V, artículo 18, de la LGDCU- pretende promover la mayor libertad y racionalidad en el consumo de bienes y la utilización

de servicios, facilitando la comprensión de la información prevista en el texto.

En este sentido, todos los expertos en consumo han afirmado repetidas veces que solo se puede parchear el desconocimiento de las generaciones anteriores a la Ley y que, para las demás, es indispensable incorporar temas de consumo desde la escuela y a lo largo de todo el ciclo educativo.

En este sentido, desde 1984, tanto asociaciones de consumidores como administraciones nacional, autonómicas y locales, han sacado a la calle una cantidad importante de folletos sobre temas de consumo que van desde alimentación hasta banca o rebajas, pasando por seguros, reparaciones automovilísticas o de electrodomésticos.

Dichos folletos han visto la luz, normalmente, a raíz de jornadas informativas que no siempre tuvieron el éxito de público que era de esperar, por los pocos medios de informa-



ción de que disponían entonces las entidades promotoras o, incluso, por no haber sabido presentar sus programas de forma atractiva.

Si se realizase ahora una recopilación de la información de consumo que ha visto la luz desde 1984, parecería en muchas ocasiones una duplicidad de este tipo de publicaciones, provenientes a veces de diferentes instancias en una misma localidad, mientras que se detectarían carencias evidentes en otros temas.

A este respecto, cabe destacar que, durante estos años, la revista "Ciudadano" ha conseguido consolidar su presencia desde que está editada conjuntamente por cinco asociaciones de consumidores y da, en estos momentos, un reflejo bastante exacto del mundo del consumo, tanto español como europeo. Y, de igual modo, no se pueden dejar de lado publicaciones como la del Instituto Nacional del Consumo y las que editan con objetivos similares varias Comunidades Autónomas, que dan noticias fiables y bastante al día de los acontecimientos del sector, según sus diversas ópticas.

LLEGAR A LAS ESFERAS DEL PODER

El capítulo VI de la LGDCU recoge el derecho a la representación, consulta y participación de los consumidores a través de sus asociaciones más representativas y de las cooperativas, entre cuyos objetivos figure la educación y formación de sus socios en el campo del consumo.

Esta capítulo da derecho a las asociaciones de consumidores a ser oídas en la elaboración de reglamentos de aplicación de la Ley, de reglamentos sobre productos o servicios de uso y consumo, ordenación y disciplina



del mercado interior, precios y tarifas de servicios controlados por las Administraciones Públicas, condiciones generales de los contratos de Empresas Públicas que les afecten, etc... Una previsión a la que se plegaron, desde el primer momento, casi todas las Administraciones Públicas.

En principio, la falta de técnicos de que adolecía la práctica totalidad de las asociaciones de consumidores provocó, durante los primeros años posteriores a la promulgación de la LGDCU, una falta de respuestas adecuadas a las peticiones de dictámenes.

Esta dinámica ha ido enderezándose y los técnicos con que cuentan ahora las asociaciones de consumidores son capaces de responder a la práctica totalidad de los requisitos. Sin embargo, algunos temen que ciertas asociaciones vayan olvidando el trabajo de campo y se transformen en un monstruo de pies de barro en el que los salarios de los especialistas no permitan desbloquear los créditos suficientes para cumplir la función principal de las asociaciones: dar a conocer el mundo del consumo a la mayor cantidad posible de ciudadanos.

LA ADMINISTRACION TAMBIEN DEBE CUMPLIR

La Ley de 1984, en su artículo 23, deja muy claro que los poderes públicos deben promover las medidas adecuadas para suplir o equilibrar las situaciones de inferioridad que pueda sufrir el consumidor o usuario, principalmente a través de las Oficinas de Información al Consumidor, aunque, posteriormente, las organizaciones de consumidores hayan asumido algunas de sus funciones.

Así, está previsto que la vertiente de consumo dentro de la Administración podrá actuar, frente a otros organismos públicos, en casos de papeleo exagerado, trámites sin utilidad o a costes excesivos, esperas lesivas para la dignidad de las personas, dudas razonables sobre la calidad del producto, etc.

De igual modo, se contempla también la posibilidad de constituir, para casos que significasen daños graves a consumidores o usuarios, un órgano excepcional que asumiría los poderes necesarios para garantizar la salud y seguridad de las personas; al tiempo que se plantea también la posibilidad



EL RECONOCIMIENTO LEGAL DEL CONSUMO

■ ALFONSO SOBRADO PALOMARES.

Presidente de la Agencia EFE y ex-Director de CIUDADANO.

En España, el paso de una sociedad de subsistencia a una de consumo fue muy rápido y se sembró en la ciudadanía una ansia nerviosa por consumir lo que fuera y como fuera sin tener en cuenta prioridades, ni calidades. Al ansia de consumir de los españoles se sumó la no menos ansiosa ansiedad de hacer negocios y caminar por senderos y atajos para llegar a una riqueza fácil.

A finales de los sesenta y comienzos de los setenta, en el lenguaje coloquial, no se decía vamos a montar una industria o una fábrica o una empresa, se decía simplemente "vamos a hacer un negocio". Esta prisa por hacer negocios tenía una repercusión en los productos y servicios, donde en muchos casos y ocasiones se nos daban chumberas por higueras.

El consumidor estaba a la intemperie y padecía bastantes tropelías porque carecía de paraguas y chubasqueros legales para protegerse de las granizadas que sobre él descargaban muchos desaprensivos. Recuerdo que, cuando dirigía la revista "CIUDADANO", unos análisis de yogures nos revelaron que había una marca agresiva para cualquier estómago y ya se sabe que muchos estómagos frágiles buscan en el yogur una especie de bálsamo y aquella marca era portadora de cardos borriqueros.

Poco a poco, las denuncias de los medios de comunicación, y especialmente la revista especializada "CIUDADANO", fueron engendrando una toma de conciencia

por parte de los consumidores que corearon con protestas sus exigencias.

Este clima crítico por parte de los consumidores iba creando el cultivo adecuado para que los legisladores le pusieran unas redes legales de defensa. La Constitución de 1978, en su artículo 51, encomienda a los poderes públicos la garantía de los derechos del consumidor. Esta era una buena y válida declaración de principios que había que desarrollar en una Ley Orgánica.

Al cabo de seis años de esperas y algunas esperanzas frustradas, los legisladores dieron a luz la Ley para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, que es algo así como la Carta Magna del Consumidor español.

Es una buena ley que ha contribuido a clarificar el paisaje del consumo en España, aunque una ley por sí sola no garantiza la limpieza absoluta en campo tan variado. En estos momentos, el consumidor español tiene algo más que el derecho al pataleo, dispone de un entramado legal que le permite recurrir, en principio, contra quien le venda un alimento o un mueble en mal estado, contra quien le proponga un transporte inadecuado o un seguro que nada asegura, contra los bancos que traten de especular o contra las publicidades engañosas.

Esto quiere decir que el consumidor no es un ser destinado a ser consumido sino un ciudadano que dispone de leyes y mecanismos para defender sus derechos. □

de premios, recompensas, etc..., para personas, empresas y entidades que se distinguen en el respeto, ayuda y defensa del consumidor.

GARANTIAS E INDEMNIZACIONES

El capítulo VIII refleja las garantías y responsabilidades que permiten que el consumidor sea indemnizado por los perjuicios que le pueda haber causado el uso razonable de los bienes de consumo o la utilización de productos o servicios. Determina los criterios de responsabilidad (tenedor en caso de productos a granel, y fabricante, importador, vendedor o suministrador en los envasados).

Las acciones u omisiones de quienes produzcan, suministren o faciliten productos o servicios a consumidores y usuarios darán lugar a responsabilidad, si se producen daños, al menos que se acredite que el suministrador ha cumplido y los demás cuidados que la naturaleza del producto, servicio o actividad requiere.

Este artículo es aplicable, según la redacción de la LGDCU, desde las intoxicaciones alimentarias a los posibles accidentes de los parques acuáticos, pasando por los ocurridos en medios de transporte o ascensores, los ocasionados por productos de limpieza, etc..., con un límite de responsabilidad civil fijado en 500 millones de pesetas.

Aquí, como en el caso de la implantación del sistema arbitral de solución de litigios, los sectores se mostraron, en un principio, muy reacios. Pretendían "solucionar los problemas de tú a tú con el consumidor". Por otra parte, las asociaciones de consumidores se han encontrado con problemas para reconocer su derecho al acceso gratuito a la justicia cuando se trataba de bienes y servicios de uso común.

En estos momentos, los sectores prefieren adelantarse a los acontecimientos y tener consultas previas a las tomas de decisiones que pueden ser conflictivas con las asociaciones de consumidores para evitar litigios. Otro



punto favorable consiste en el mayor conocimiento y la mayor aplicación de la legislación de consumo por parte de los magistrados españoles que, en un principio, ignoraban totalmente.

El capítulo IX de la LGDCU prevé sanciones administrativas por infracciones en materia de consumo. Si existe denuncia penal, se suspenderá el expediente administrativo, aunque se mantendrán las eventuales medidas adoptadas en pro de la salud y seguridad de las personas. En ningún caso existirá doble sanción por los mismos hechos.

Estos temas no han sido fáciles de explicar a los consumidores, que no acababan de entender que una denuncia a la Administración de consumo autonómica o local cerraba toda posibilidad de compensación por los daños su-

fridos, porque solamente desencadenaba una sanción administrativa, incluyendo hasta el posible cierre del establecimiento o la industria denunciada.

plido todas las exigencias reglamentarias. El acceso a la vía del arbitraje o a los tribunales, -en ambos casos a través de las asociaciones de consumidores-, constituye, en estos momentos, la forma de conseguir una indemnización por los daños causados por infracciones en materia de defensa de los consumidores y usuarios.

Todo el análisis de la experiencia acumulada por la Ley General para la Defensa de los Consumidores y usuarios termina confirmando, por último, que la Ley sigue desencadenando polémica. Para unos estuvo demasiado marcada por el síndrome tóxico y se paraba demasiado en los problemas especí-

ficos de la alimentación. Para otros, no dibujaba suficientemente las competencias estatales, autonómicas y municipales en temas como la elaboración de legislación o inspección donde siguen existiendo problemas.

Aunque estos criterios no deben empañar los resultados más positivos, porque las asociaciones de consumidores, la legislación de consumo y el impacto en la sociedad han mejorado de forma significativa en los ocho últimos años y el texto "padre" del consumo español ha sido uno de los instrumentos que han permitido que el consumo saliera del "ghetto" en el que estaba encerrado desde que, en los años sesenta, se iniciaran los primeros movimientos consumeristas.



JANINE MORO. Periodista

DERECHO DEL CONSUMO Y DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES

La rápida, y a veces acelerada, velocidad con que se ha desarrollado la preocupación político-social y el afán normativo en torno a todo lo que rodea al consumo está provocando, durante los últimos años, un amplio debate en cuanto a la consolidación o no de una nueva rama del derecho jurídico: el "derecho del consumo", que recogería toda la legislación relativa a la protección de los derechos de los consumidores.

Expertos en derecho civil -como el profesor Ramón Casa Vallés, de la Universidad de Barcelona- opinan que, pese a la consolidación de expresiones como "derecho del consumo" o "derecho de los consumidores", se trata de "una categoría interdisciplinaria definida más en función de la finalidad perseguida

que de la materia tratada".

La tendencia a consolidar un supuesto "derecho del consumo" responde, según este criterio, a uno de los cortes verticales que, de un tiempo a esta parte, pretenden incorporarse en la división clásica de las ramas del derecho, propiciados por el nacimiento de nuevos sectores que pugnan por alcanzar "la dignidad de un Derecho especial o de una particular rama del Derecho", en opinión del profesor Casa Vallés.

De tal forma, este posible "derecho de los consumidores" incluiría todas aquellas disposiciones que tengan por objeto proteger a los destinatarios finales de bienes y servicios especificando que estas normas deberán conservar su naturaleza penal, administrativa, procesal, fiscal, mercantil o civil, y estudiarse dentro del sistema que les corresponde.

Nadie discute, en última instan-

cia, que el "derecho del consumo" es, en todo caso, un concepto todavía incipiente, que las Asociaciones de Consumidores empiezan solamente ahora a manejar con cierta soltura y que los sectores productivos, industriales y de servicios comienzan a tomar en serio, porque son conscientes de que interesa más negociar con las asociaciones y la administración antes que tomar decisiones que pudieran ser conflictivas.

La consolidación progresiva del "derecho del consumo" y los campos que terminen conformando esta nueva disciplina dependerán, en última instancia, de la capacidad que mantenga el movimiento consumerista para ser tenido en cuenta cuando se elaboren normas que puedan afectar al consumidor final, y de los criterios mas o menos amplios que se utilicen para fijar los límites, porque, a la postre, con planteamientos muy ambiciosos, todos terminamos siendo "consumidores" de todo, desde productos de alimentación hasta de servicios administrativos.

