

LA NOCION DE CONSUMIDOR

François Chabas
Profesor de la Facultad de Derecho
Universidad de París XII

Se suele enseñar que la protección del consumidor apareció en Francia con la ley de 22 de diciembre de 1972 sobre la captación de clientes y la venta a domicilio. Después se votaron las grandes leyes de 10 de enero de 1978 relativas a la protección del consumidor en materia de productos y servicios, y de crédito mobiliario, y la ley de 13 de julio de 1979 sobre el crédito inmobiliario, etc.

Se hace notar que ninguna de estas leyes dice lo que es un consumidor. Con la ley n° 949 de 26 de julio de 1993, quedó creado un Código del consumo, pero no encontramos tampoco aquí una definición. Lo cierto es que este código no es más que una recopilación de diversas leyes que ya existían sobre esta materia.

Ciertos textos internacionales definen lo que es un consumidor¹; así, la directiva de la Comunidad Económica Europea n° 93-13 de 5 de abril de 1993, que lo hace en los siguientes términos: “toda persona física que ... actúa con fines que no entran dentro del marco de su actividad profesional”.

No obstante, la ley n° 96 de 1 de febrero de 1995, que ha trasgado esta directiva al derecho interno, no dice nada acerca de la noción de consumidor.

(1) Vid., por ejemplo, la resolución n° 47 del Consejo de Europa; la Carta del Consejo de Europa (A, i); el artículo 13 de la convención de 9 de octubre de 1978, que modifica la convención de Bruselas de 27 de septiembre de 1968 (competencia judicial).

Con todo, si el intérprete y el juez no disponen de fuentes directas, una información *a contrario* puede ser extraída del domi-

nio de las distintas leyes —ahora capítulos del código— que a veces viene enunciado por los textos. Alguno de estos textos declara que no concierne a las personas morales, o a las personas morales de derecho público; otro texto excluye principalmente de su campo de aplicación, los contratos que se relacionan directamente con una actividad profesional.

Así llegamos a la convicción de que la noción de consumidor no es uniforme, sino relativa, y de que tal vez, incluso, el derecho consagra menos la categoría de consumidor, que el concepto mismo de consumo.

La jurisprudencia no es el reflejo exacto de esta variedad. No es que tenga que ser uniforme, salvo cuando convenga, pero tenemos la impresión de que va variando según distintas épocas, más que según las distintas temáticas interesadas. No hay, para ella, un determinado consumidor de productos y servicios, otro de crédito, o un tercero en el marco de la venta a domicilio. La jurisprudencia adopta, en un momento dado, una concepción de lo que es un consumidor en general, y luego la cambia.

La influencia que ejercen los textos sobre la jurisprudencia es muy extraña. El Tribunal de Casación los viola, tal vez deliberadamente: tal es el caso cuando considera que la ley de 22 de diciembre de 1972 es aplicable a una persona moral. Pero, en otros casos, adapta su jurisprudencia a la evolución de un texto determinado, para dar un nuevo sentido al concepto general de consumidor. Esto ocurrió después de la entrada en vigor de la ley de 31 de diciembre de 1989.

Todo esto viene a dar la impresión de desorden, lo cual está reforzado por el hecho de que el retrato del consumidor no puede ser pintado con pequeños brochazos sucesivos que resultan del análisis de éste o de aquel acto en torno al cual los jueces se preguntan si entra o no en el dominio de tal o cual ley de protección del consumidor.

¿No será que no hay una noción de consumidor, sino un concepto de lo que constituye el acto de consumir? Esto es sólo parcialmente cierto.

Sin duda, en ciertos casos, la finalidad del acto parece ser la consideración principal, por no decir la única. Pero en otros supuestos, conviene preguntarse si la personalidad del contratante no deberá tenerse en cuenta, al margen de su profesión. Estos son los dos puntos que quisiéramos desarrollar.

I.- La finalidad del acto

Se encuentran dos tendencias en el derecho positivo a este propósito. Una tendencia, llamada “dura”, pretende reducir la noción de consumidor al máximo. Se trata de una tradición larga que afina en torno a la consideración de la finalidad del acto.

a) Con la noción “dura” o estricta de consumidor, se hace hincapié en la finalidad profesional del acto, sin preocuparse de otra cosa que del hecho de averiguar si el acto entra, o no, en el marco de una actividad profesional, o si se ha consumado el acto por necesidades de tal actividad. Ésta es la opinión que mantienen Calais-Auloy, Steinmetz y Paisant.

De este modo, un panadero que compra un distribuidor de helados no queda calificado como consumidor². Tampoco lo sería un encargado de cabaré que alquila casetes de video³, ni un comerciante que pide dinero prestado para imprimir tarjetas de visita⁴.

(2) Civ. Ire, 2 de febrero de 1994, *Bull. civ.* I, n° 48.

(3) Civ. Ire, 2 de febrero de 1994, *Dr. et patr.*, mayo de 1994, n° 557, obs. Chauvel. Vid., ya antes: Civ. Ire, 15 de abril de 1986, D. 1986. somm. 396, obs. Aubert, *Rev. trim. dr. civ.*, 1987.86, obs. Mestre.

(4) Civ. Ire, 23 de junio de 1987, *Rep. Defrénois* 1988.376 y nota de Aubert, *Rev. trim. dr. civ.*, 1989.63, obs. Mestre. Vid. también Civ. Ire, 24 de noviembre de 1993, *Contr. conc. consom.* 1994, n° 155, obs. Leveneur, *Rev. trim. dr. civ.*, 1994.603, obs. Mestre; Com. 10 de mayo de 1994, *Contr. conc. consom.* 1994, n° 155, obs. Leveneur; Civ. Ire, 21 de febrero de 1995, J.C.P. 1995.II.22502 y nota de Paisant.

Como se hace notar, la actividad en cuestión puede ser complementaria⁵.

¿Puede esta concepción estricta hallar una autorización en los textos de la época? Cabe dudarlo.

Véanse unos ejemplos:

Las disposiciones relativas a la venta a distancia que, a priori, atañe a todo “comprador” (art. L.121-16), especifican -sin más explicación- que conciernen al consumidor (art. L. 121-18).

En la reglamentación del crédito al consumo (art. L. 311-3), la protección es denegada para los préstamos destinados a financiar las necesidades de una actividad profesional. Pero para otros préstamos, esta protección depende de la duración y de la cuantía del préstamo. ¡Hay incompatibilidad entre la calidad de consumidor y la de hombre rico!

En cuanto al crédito inmobiliario, la reglamentación no ofrece protección cuando el préstamo va destinado a financiar una actividad profesional (art. L. 312-3, 2º). No impide que la reglamentación pueda aplicarse a préstamos consentidos para financiar la adquisición (etc.) de inmuebles para fines de vivienda o para uso profesional y vivienda.

Ciertamente, la directiva de 1993 excluye a aquel que actúa con fines que no entran en el marco de una actividad profesional, lo que, *a contrario*, lleva a considerar como acto de no-consumo, aquel acto que tenga cualquier tipo de vínculo con la profesión. Pero la ley de 10 de enero de 1978 acerca de los productos y los servicios, en su versión original, abría la puerta a un sinfín de interpretaciones, igual que la ley de 1972⁶ sobre la captación de clientes y la venta a domicilio. Esta ley, en sus orígenes, no excluía expresamente más que a la personas morales.

(5) Civ. 1re, 2 de febrero de 1994 (dos sentencias ya citadas); 9 de mayo de 1996, *Rép. Defrénois* 1996.1375, obs. Aubert.

(6) Codificada en 1993. Vid. art. L. 121-21 y s. C. consom.

Pero ha sido la modificación de este texto, lo que iba a entrañar una evolución de la jurisprudencia.

b) La ley de 31 de diciembre de 1989 ha aportado, en efecto, una nueva redacción de la ley de 22 de diciembre de 1972⁷.

Por lo que se refiere a la venta a domicilio y a la captación de clientes, el texto declara que no rige “las ventas, localizaciones o localizaciones de venta de bienes o las prestaciones de servicios cuando tienen un vínculo directo con actividades llevadas a cabo en el marco de una explotación agrícola, industrial, comercial o artesanal, o de cualquier otra profesión”.

El Tribunal de Casación se amparó en este criterio y, generalizándolo, lo convirtió en el de profesional, incluso fuera del dominio de los artículos interesados. Esta tendencia aparece a partir de 1995⁸.

¿Qué debe entenderse por “vínculo directo? Nos parece bueno el análisis que lleva a cabo MAZEAUD D.⁹: un vínculo tal existe entre el acto y la profesión cuando el acto es necesario e inherente a la actividad profesional específica del contratante. Se trata entonces, una vez más, de un criterio objetivo. No impide que conduzca a una expansión saludable de la noción de consumidor.

¿Pero la extensión de esta noción es, en si, un fin? Lo que cuenta, en realidad, es dar protección a los que la han menester, sean consumidores o no.

(7) Artículo futuro L. 121-22, 4º del Código de consumo (el texto mismo modificado por la ley nº 96 de 1 de febrero de 1995).

(8) Civ. 1re, 24 de enero de 1995, *Contr. conc. consom.* 1995, nº 84, obs. Leveneur, D. 1995.327 y nota de Paisant (cláusulas abusivas); 3 y 30 de enero de 1996, *Contr. conc. consom.* 1996, nº 56 (y Leveneur, *ibid.*, chr. nº 4), D. 1996.228, J.C.P. 1996.II.22654 y nota de Leveneur (cláusulas abusivas); 9 de mayo de 1996, *Rép. Deffrénois* 1996.1375, obs. Aubert (art. 121-22, 4º); 10 de julio de 1996, *Dr. et patr.* noviembre de 1996, nº 1507, obs. Chauvel (cláusulas abusivas); 17 de julio de 1006, J.C.P. 1996.II.22747 y nota de Paisant; 5 de noviembre de 1996, D. 1997.I.R. 4, *Dall. affaires* 1997.20 (art. L. 132-1: cláusulas abusivas).

(9) Nota, D. 1997.somm.325. Para más análisis, vid. Raymond, nota *Contr. conc. consom.* junio de 1997, nº 106, bajo Toulouse, 9 de enero de 1997.

A partir de esto, lo que se impone es volcarse hacia una concepción subjetiva.

II.- La personalidad del contratante

Se presentan aquí dos puntos de discusión. ¿Hace falta reservar la protección al no-profesional? ¿No hay lugar para una protección, en todo caso, para las personas morales?

a) ¿Realiza una acción de iconoclasta quien denuncia un derecho “estrecho” del consumo como un derecho de clase? La ola transatlántica que nos lo ha traído no es, en si, más que la consecuencia del azar y del talento de un abogado. Pero lo que ha arrojado a nuestras playas no es más que un objeto deforme y mal acabado. El derecho de la protección del consumidor deberá ceder su lugar al derecho de la protección del débil. Del débil desde el punto de vista económico, intelectual y jurídico. Los italianos lo habían entendido muy bien, cuando en su Código de 1942¹⁰ se reglamentó el contrato de adhesión¹¹. Lo que hay que sancionar es el abuso de poder, como ya lo hace el derecho de la competencia, una vez más en un dominio excesivamente restringido.

Será, por otra parte, inicuo, cuando la seguridad de las personas está en juego, reservar la protección de la ley al no-profesional. Nadie mantiene lo contrario y el Código francés del consumo aporta aquí la prueba de que la palabra “consumidor”, tal como la emplea la ley, puede tener un significado más amplio: por regla general, los artículos L. 221-1 y siguientes del Código, que versan sobre la seguridad de los productos y de los servicios, atañen más a menudo al proveedor profesional de tales productos y servicios, al cual se imponen obligaciones. A priori, entonces, la protección es debida a todos los clientes, sean quienes sean. Sin embargo, en un momento dado (art. 221-3, 3º), el legislador empieza a hablar de la información “de los consumidores”. Cae por su propio peso que la palabra, aquí, no admite más que la acepción más amplia.

(10) Es verdaderamente llamativo que se haya librado -salvo en el caso de algunas disposiciones excesivamente marcadas por la política- de la depuración.

(11) El artículo 1370 del Código civil italiano, uno de los raros textos en materia de interpretación que se distingue del código francés, dispone que las condiciones generales o los contratos previamente redactados se interpretan, en caso de duda, en favor del contratante que no los haya redactado.

Veamos ahora la Directiva comunitaria de 25 de julio de 1985 sobre la responsabilidad de hecho de los productos. Su alegación de

motivos no cesa de referirse al consumidor. Pero si examinamos el texto mismo, constatamos que sólo unos breves pasajes de un artículo de la Directiva mencionan al consumidor, y no tienen que ver con los daños sufridos por parte del consumidor, sino al daño causado a los bienes¹².

Por todas estas razones, se trata de abordar esta cuestión de una manera menos endeble y de proteger al débil contra los abusos del más fuerte. ¿Pero cómo lograr esto sin caer en la casuística y atentar contra la seguridad jurídica? Una propuesta acertada ha sido formulada por Chazal¹³. Consiste en generalizar la sanción de la lesión, véase de la imprevisión, por lo menos en lo que se refiere a los contratos concluidos entre personas que presentan un desequilibrio manifiesto de poderes económicos y cuando una de ellas abusa de este poder. La noción de consumidor (¡Aún queda por definirla!) sería utilizada para presumir, salvo prueba en contrario (y no, como ahora, de una manera irrefragable), la posición de debilidad.

En muchas ocasiones, la jurisprudencia se ha dejado tentar por la tendencia subjetiva preconizada en la actualidad por un número cada vez mayor de autores.

En una sentencia del 15 de abril de 1983¹⁴, el Tribunal de Casación (1re. Ch. Civile) consideró que un agricultor, con ocasión de un contrato que sin embargo entrañaba claramente un vínculo indiscutible con su explotación, había de ser considerado como un consumidor, ya que la actividad de su cocontratante se escapaba a la competencia profesional de un agricultor.

(12) Art. 9, b, *i i* que exige que la cosa “haya sido utilizada por la víctima *principalmente* para su uso o su consumo privados”. (Notaremos, no obstante, que el pasaje *i* exige que la cosa sea “de un tipo normalmente destinado al uso o al consumo privados”).

(13) *Le consommateur existe-t-il?* D. 1997, chr. 260.

(14) D. 1984.439 y nota de Pizzio.

En otra sentencia, de 3 de mayo de 1988¹⁵, la misma sala calificó de consumidor a un eclesiástico que había comprado una foto-

copiadora para los usos de su parroquia. La idea expresada oficialmente era que el profesional debe beneficiarse de las leyes sobre la protección del consumidor cuando se encuentra en el mismo estado de ignorancia que cualquier otro consumidor¹⁶.

Muchas otras sentencias se fundamentaron sobre el mismo criterio. Pero su estudio merece una mención particular porque conciernen a personas morales. ¿Qué pasa entonces con éstos?

b) El carácter absurdo de nuestra legislación aparece a la luz de la lectura del Código del consumo.

De pronto, como con la materia de la captación de clientes, el texto designa a la persona física (art. L. 121, emanada de la ley de 22 de diciembre de 1972) y se puede deducir *a contrario* que se deniega la protección a las personas morales en general. De pronto, como en materia de crédito inmobiliario, excluye de su campo de aplicación a las personas morales de derecho público (art. L. 312-3, 1º) y se deriva *a contrario* que la legislación se aplica a otras personas morales.

No hay razón alguna¹⁷ para denegar la protección a las personas morales. Esto es así, sea el que sea el criterio de consumidor o de acto de consumir al que se quiera apelar. Esto es especialmente notable para las asociaciones.

La jurisprudencia, asimismo, da la impresión de no prestar la menor importancia a los textos sobre la materia.

(15) Civ. 1re, 3 de mayo de 1988, Rép. Defrénois 1988.1446, obs. Aubert.

(16) Civ. 1re., 25 de mayo de 1992, *Contr. conc. consom.* octubre de 1992, nº 194, obs. Raymond (sobre el cual, Paisant, J.C.P. 1993.I.3655); 20 de octubre de 1992, J.C.P. 1993.II.22007 y nota de Paisant. Rapp. Civ. 1re, 6 de enero de 1993, *Dr. et patr.* 1993, nº 158, obs. Chauvel, J.C.P. 1993.II.22007 y nota de Paisant.

(17) Salvo, tal vez, el tener en cuenta la Directiva comunitaria de 5 de abril de 1993, ya citada.

Sin duda, considera que una asociación no es *ipso facto* un no-consumidor¹⁸, pero aplica sus criterios a cualquier persona

moral. Así, una asociación como la G.A.E.C. ve cómo se deniega su protección legal porque el contrato tenía un vínculo directo con su actividad¹⁹, y una sociedad como la S.C.I. no queda amparada porque el local que compró era para un uso como oficina²⁰. El Tribunal de Casación no duda en aplicar la ley n° 23 de 10 de enero de 1978 (consumidor de productos y servicios; la ley guardaba silencio sobre la noción de consumidor) a una sociedad anónima²¹. Mejor aún, mientras que los textos sobre la captación de clientes excluyen expresamente a las personas morales, el Tribunal de Casación realizó, sobre este punto, una inversión de criterio²², de hecho llevó a cabo una aplicación a una G.A.E.C. a propósito de la compra de un tractor...²³.

La conclusión de este estudio será breve. Como recopilación mediocre y excesivamente fiel de una legislación heteróclita²⁴, nuestro Código del consumo ha de ser enteramente refundamentado. Tal vez valga incluso proceder a una nueva reflexión y, aún con el riesgo de no sacrificar la moda, elaborar un código del profesional en vez de adherirse a la protección de los consumidores.

(18) Civ. 1re, 10 de junio de 1997, *Dall. affaires* 1997.954.

(19) Civ. 1re, 10 de julio de 1996, *Dr. et patr.*, noviembre de 1996, n° 1504, obs. Chauvel.

(20) Civ. 1re, 26 de mayo de 1993, *Contr. conc. consom.* agosto de 1993, n° 159, obs. Raymond.

(21) Civ. 1re., 28 de abril de 1987, D. 1988.1 y nota de Delebecque, *Rev. tri. dr. civ.* 1987.537, obs. Mestre.

(22) Rechazo opuesto por Com. 8 de marzo de 1977, J.C.P. 1977.II.18649.

(23) Civ. 1re, 6 de enero de 1993, J.C.P. 1993.II.22007 y nota de Paisant.

(24) E incompleta. Tal vez por pudor el legislador ha omitido mencionar aquello que por un muy mal juego de palabras podríamos llamar el "consumidor de matrimonio": cf. art. 6 de la ley n° 421 de 23 de junio de 1989 relativa a la información y la protección del consumidor en materia de corretaje matrimonial.