

Notas para una pedagogía moral de las relaciones de mercado y consumo^(*)

JUAN IGNACIO FONT GALÁN
Universidad de Córdoba

SUMARIO

- I. Planteamiento. Interpelación ética del mercado y código axiológico. Trascendencia jurídica.
- II. Concepción antropocéntrica del Derecho: exigencias, renunciaciones y peligros. Hacia una concepción materialista o economicista y deshumanizadora del Derecho.
- III. La concepción antropológica de la Codificación liberal española del S. XIX: su déficit ético-antropo-

- lógico. Test de humanización del Derecho aplicable a las relaciones de consumo.
- IV. Hacia una progresiva humanización del Derecho privado del tráfico económico: aparición del Derecho del Consumidor.
- V. Últimas tentaciones y nuevos peligros de deshumanización de las relaciones jurídicas de consumo: la contrarreforma neoliberal del Derecho del Estado Social de Derecho.

(*) Texto de la Conferencia pronunciada en el Colegio Notarial de Sevilla y en la Facultad de Ciencias Empresariales (ESEA) de la Universidad de Córdoba.

I. PLANTEAMIENTO. INTERPELACIÓN ÉTICA DEL MERCADO Y CÓDIGO AXIOLÓGICO. TRASCENDENCIA JURÍDICA

Hoy, más que nunca, ante la indiscutible implantación generalizada del sistema económico de mercado en el que se sustenta el imparable fenómeno de la globalización económica en un mundo en el que el "abismo de la desigualdad", según las cifras de Naciones Unidas sobre Desarrollo Humano, no deja de crecer, y en el que los códigos axiológicos heredados de las dos últimas centurias no dejan de disolverse, parece simplemente de buena condición —si tenemos

el coraje moral de mirar y dejarnos conmover ante las graves situaciones colectivas y personales que ambos fenómenos generan o pueden llegar a generar— reaccionar desde la Universidad (tan ausente del espesor doliente de la humanidad) e interpelar al sistema de mercado y al ordenamiento que lo regula sobre el *proprium* de su *ethos* antropológico y social. Hoy, más que nunca, urge formular esa interpelación desde la convicción moral de la *indisociable comunión entre racionalidad económica y razón ética*; esto es, la imperiosa necesidad humana e histórica de introyectar la razón ética en el análisis económico del suceso humano que es la historia; que el economista, el jurista y, en general, el cultivador de las Ciencias Sociales, no puede ignorar —a ries-

go de situarse fuera del *pathos* político y social de la historia— el profundo anhelo de emancipación, libertad y justicia del hombre actual, y que por eso es hoy irrenunciable invertir, como dice Artadi, en lo esencial, que es lo inmaterial: en *humanización del sistema social, económico y jurídico* del presente histórico.

Me propongo reflexionar —con ánimo de pedagogía moral— sobre las relaciones de mercado y consumo desde una perspectiva ético—antropológica y social. La razón *moralizante* de estas reflexiones se apoya lógicamente en una previa valoración o diagnóstico de la situación o salud moral del tráfico económico y jurídico y, en particular, por lo que a mi cometido concreto se refiere, de las *relaciones jurídicas de mercado y consumo*. Ahora bien, el diagnóstico moral de estas relaciones jurídicas de mercado y consumo compromete al analista a un amplio o global enjuiciamiento ético—jurídico de los negocios y, en verdad, del mismo sistema económico de mercado imperante.

Preguntar por la *humanización* de las relaciones jurídicas de mercado es o supone interpelar, desde un paradigma moral y ético—antropológico, al mercado, como sistema de organización de la vida económica, social y jurídica. O lo que es igual: preocuparse por la *humanización* del Derecho y de las relaciones jurídicas del tráfico económico supone, en su reverso lógico, atreverse a denunciar o criticar—constructivamente—la *deshumanización* del sistema económico de mercado, y de su correspondiente ordenamiento jurídico: sus síntomas de descomposición o deterioro moral; su déficit ético—antropológico y ético—social tanto en el viejo como en el nuevo ciclo histórico—económico.

Ahora bien, una tal interpelación moral o ético—jurídica de las relaciones económicas y jurídicas de consumo exige partir y operar con un determinado y cualificado *código de valores éticos y antropológicos* que sirva de *paradigma enjuiciador* no sólo de las conductas de

los operadores económicos profesionales, sino del sistema económico y jurídico que las posibilita, promueve o consiente. Bien entendido que ese enjuiciamiento ético de las relaciones de consumo y del funcionamiento del sistema de mercado alcanza *trascendencia jurídica*, por cuanto que determinados valores éticos han llegado a justificarse a través de un proceso de positivización jurídica que, en algunos casos, es de rango constitucional: así, por ejemplo, el valor de la libertad, la dignidad, la igualdad, la seguridad, el libre desarrollo de la personalidad, la socialidad del sistema de economía de mercado (función social de la propiedad, sujeción de la libertad de empresa a las exigencias de la economía general y la planificación, subordinación de toda la riqueza del país al interés general). La constitucionalización de este conjunto de valores éticos—que incorporan también exigencias sociales éticamente imperiosas—es pura e inexorable consecuencia del *Estado Social y Democrático de Derecho*, el cual, sobre ese *depósito axiológico—normativo*, reconoce y protege—en el art 51 de la Constitución Española; en adelante: CE— los *derechos básicos de los consumidores y usuarios*; reconocimiento y protección que tiene el carácter de *principio general informador del ordenamiento jurídico* (art. 1º Ley General para las Defensas de los Consumidores y Usuarios; en adelante: LGDCU). Lo cual, por cierto, explica que los derechos del consumidor hayan merecido ya categorizarse doctrinalmente dentro de los llamados *Derechos fundamentales de la Tercera Generación* de los que, luego, se hablará.

Pero, en fin, lo que más quiero ahora subrayar es la *trascendencia jurídica de este depósito o fondo de materiales axiológicos*, por cuanto que una vez *constitucionalizados* habrán de nutrir y forjar *criterios de enjuiciamiento de la licitud o ilicitud (negocial o concurrencial) de las prácticas comerciales con los consumidores*. Es sólo así como se dará efectividad jurídica y, por tanto, realización histórica, al programa constitucional de objetivos socioeconómicos

de la Constitución, donde se atesora el nutrido depósito de valores éticos y jurídicos con los que la comunidad nacional ha de realizar, en marcha histórica, el Estado Social y Democrático de Derecho. El asunto tiene gran importancia social y trascendencia *humanizante*, porque es en el seno de las instituciones económicas del Estado Social y Democrático de Derecho, esto es, en el marco de la economía social de mercado, donde el ciudadano consumidor—*Homo consumens*—ha de encontrar asegurado su pleno reconocimiento antropológico, no ya sólo como sujeto de derechos concretos en su función de consumo, sino como *ser humano*—o persona, en expresión jurídica—que está en camino, esto es, en proceso de *desarrollo de su personalidad* (art. 10 CE)—*Homo viator*—, con vistas a una *más plena realización como ser humano—persona—y una más auténtica existencia humana*. De ahí la honda significación y exigencia *ético-antropológica de humanizar la Justicia y el Derecho*, y en particular aquella Justicia y Derecho aplicables a las relaciones jurídicas de consumo. Por eso, todo propósito de humanizar estas relaciones jurídicas debe asentarse en una *concepción antropocéntrica de la Justicia y el Derecho* plasmada en un código de valores *ético-antropológicos y ético-sociales*. Veamos:

II. CONCEPCIÓN ANTROPOCÉNTRICA DEL DERECHO: EXIGENCIAS, RENUNCIAS Y PELIGROS. HACIA UNA CONCEPCIÓN MATERIALISTA O ECONOMICISTA Y DESHUMANIZADORA DEL DERECHO

Humanizar las relaciones interhumanas—incluidas las jurídicas—requiere tomar como paradigma valorativo al *hombre y su realización existencial en la Historia*: el Derecho es así una *mediación liberadora* para

asegurar la humanización de las relaciones interhumanas y sociales. Derecho humano—humanizado; Justicia humana—humanizada.

El Derecho sólo puede legitimarse en la medida en que defienda el contenido esencial de lo humano, plasmado en el imperativo kantiano de que el hombre no debe ser nunca instrumentalizado como simple medio al servicio de otros objetivos. Esta sería la exigencia básica de una realidad objetiva: la dignidad del hombre, que lo diferencia y eleva sobre su contorno (Ollero).

La voluntad de reconocer al otro como otro igual en dignidad y respeto llevará en todas las culturas a la creación de un sistema de Justicia y de Derecho. No se trata del concepto simple o menor de justicia referida a la corrección equitativa de los intercambios comerciales, sino del concepto amplio y dinámico que incluye todas las formas concretas, materiales y sociales de promoción y reconocimiento de los demás (Gevaert).

Es este reconocimiento del hombre—a través de la *solidaridad social*—el motor de la justicia y el alma de todas las estructuras jurídicas que regulan las relaciones interhumanas.

El Derecho—para Legaz Lacambra—existe *hominum causa*; pero los hombres no son tanto la *causa efficiens* del Derecho, como su *causa finalis*. El Derecho existe menos *por* el hombre que *para* el hombre.

Y es aquí, en esta *concepción antropocéntrica de la Justicia y el Derecho*, donde entran en juego y se hacen presentes los *valores éticos* que, a través de procesos de positivización jurídica, cristalizan también en *valores y principios jurídicos*: efectivamente, *los valores éticos buscan la promoción y el reconocimiento del hombre en el mundo y en la historia* (Gevaert). Entiéndase así por valor ético *todo lo que permite dar un significado realizador y liberador a la existencia humana*. Los va-

lores éticos persiguen la promoción y realización de la existencia humana; esto es, la plena emancipación del hombre en la Historia. Es en el nivel ético donde los diversos valores se organizan en referencia al hombre y su liberación definitiva. Y el Derecho debe ser el medio que asegure al hombre su más plena, libre y digna realización existencial en la historia. Lo cual debe hacerse también extensivo a los grupos de individuos o sociales en los que se inserta (art. 9 CE).

Ahora bien, la codificación de valores está imperada por la opción concreta de hombre que se quiere promover y realizar. Y aquí está, precisamente, el riesgo o peligro de manipulación o deshumanización de las relaciones interhumanas —sean sociopolíticas, socioeconómicas o jurídicas—, por parte de las instancias o centros de poder político o económico. Resulta que, antropológicamente, el hombre es sólo un proyecto posible, un ser que está por hacer, que está en camino (*Homo viator*). El hombre no es realidad dada, sino adviniente y deviniente. En la persona hay mismidad, no identidad; soy el mismo, pero nunca lo mismo. Desde la libertad del hombre se está diciendo que el hombre no es una magnitud prefabricada (*Homo fabricatus*) por instancias anteriores o exteriores a su mismidad; que no es objeto, sino sujeto cuyo ser le es propuesto como tarea (Ruiz de la Peña).

Por eso, el Derecho de las sociedades modernas desarrolladas ha de estar siempre alerta para no consentir que las ideologías, los sistemas políticos, el progreso tecnológico, la cibernética jurídica, la eficiencia económica, las nuevas técnicas de contratar en el mercado o la misma desregulación jurídica del mercado y el tráfico económico (como postulan ahora los defensores del neoliberalismo contrarreformador del Estado social y benefactor, y de la economía social de mercado constitucionalizada) acaben por convertir al *Homo faber* en un simple, cómodo y rentable *Homo fabricatus* a la medida de sus intereses

egoístas. Y es este el peligro que, desde el punto de vista ético-antropológico, acecha al consumidor —*Homo consumens*— en los sistemas de libre mercado, ahora tentado por contrarreformas neoliberales y desreguladoras.

Efectivamente, nunca como hoy ha estado el hombre, en la sociedad industrial, tecnológica, cibernética y económicamente eficiente, tan expuesto y acosado por peligros atentatorios contra su mismidad o realidad antropológica. Con preocupante frecuencia, el progreso tecnológico y científico no tiene ningún significado para la orientación existencial del hombre: de ahí el peligro de que el *Homo faber* sea convertido en un mecanizado y moldeable *Homo fabricatus*. En un mundo mecanizado —sociedad de consumo, producción industrial en masa, contratación en masa y ahora cibernética— no hay lugar para la subjetividad, la alteridad; los seres se funden y confunden en un *continuum* homogéneo, sin subjetividad, sin humanidad, sin rostro humano. En ese mundo, y en el Derecho de ese mundo, no hay ninguna posibilidad para un estatuto de subjetividad, de humanidad. Un estatuto que debe también imperar en la idea de progreso o eficiencia (ya sea de carácter económico, tecnológico, científico, etc.). Lo que los antropólogos advierten y propugnan es que en la idea de progreso se intraproyecte el componente ético que le devuelva su carácter humano y sus virtualidades humanizadoras. O, de lo contrario, la libertad y la dignidad humana, o el libre desarrollo de la personalidad, sólo serán una pura ilusión o espejismo de idealistas situados fuera del mundo real. Por eso las antropologías modernas, desde la Ilustración, tienen una orientación pragmática hacia la *humanidad del hombre*; estudian el hombre no sólo como un *factum*, sino como un *valor ideal*. Las antropologías de la modernidad son algo así como *cartas de promoción de la humanidad del hombre*.

Entonces, si, puesto que el hombre —en cuanto realidad antropológica y absoluto relativo (Zubiri) — está más

expuesto que nunca a factores tecnológicos, económicos y sociológicos que lo deshumanizan, esto es, obstaculizan o frustran su plena realización existencial, ¿cómo se explica que el Derecho—que sólo encuentra legitimación en proporcionar al hombre la posibilidad de una más plena, libre y digna existencia (Kaufmann)—se relaje o acoquine, y haga renuncia y traición de su función legitimadora fundamental, para someterse servilmente —vía desregulación liberal— de la economía a intereses y culturas económicas donde el componente ético—antropológico, sencillamente, está ausente o seriamente manipulado? ¿Ha perdido el Derecho su alma?; ¿la ha vendido? ¿Por qué, a quién, por cuánto o a cambio de qué?

¿Qué concepción de hombre abriga nuestro Derecho del tráfico económico, nuestro Derecho mercantil y nuestro más reciente Derecho del Consumidor?

III. LA CONCEPCIÓN ANTROPOLÓGICA DE LA CODIFICACIÓN LIBERAL ESPAÑOLA DEL S. XIX: SU DÉFICIT ÉTICO-ANTROPOLÓGICO. TEST DE HUMANIZACIÓN DEL DERECHO APLICABLE A LAS RELACIONES DE CONSUMO.

Hay que reconocer que el vigente Derecho del tráfico económico o Derecho Mercantil —o, si se quiere ahora extensivamente, el Derecho del mercado— es, en lo esencial, tributario y heredero del Estado liberal burgués sustentado en las concepciones filosóficas del racionalismo iluminista del siglo XVIII y en las ideas liberales de los fisiócratas y enciclopedistas franceses (Rousseau) y de los economistas clásicos ingleses (Smith, Ricardo). Y digo heredero impropia-mente; porque los padres de este Derecho liberal, racionalista y fisiocrático están aún vivos o vigentes: el

Código Civil y el Código de Comercio. Ciertamente es que la vigencia de estos Códigos—cada vez más *descodificados*— es, en no pocos campos, más formal que material o efectiva. Pero, a pesar de esto, siguen custodiando las claves y piezas maestras de nuestro sistema jurídico patrimonial, y en el ámbito de la contratación cumplen aún hoy una función normativa de primer orden en el mercado.

Cierto es, desde luego, que el sistema jurídico patrimonial de los Códigos ha sufrido en los últimos 50 años importantes mutaciones, fruto de un proceso continuado de *descodificación* con el fin de *desprivatizar el Derecho patrimonial privado*, y correlativamente, *socializar* algunas de sus instituciones y estructuras jurídicas. Eso, como es sabido, ocurre cuando, tras el *crash* económico de 1929 y las agudas crisis económicas y sociales provocadas por la II Guerra Mundial, irrumpe el Estado intervencionista o Estado social alentado por las nuevas concepciones económicas keynesianas, cuyo fruto o conquista histórica más señalada ha sido, como se sabe, el llamado *Estado del Bienestar*, que tiene su acogida franca y políticamente comprometedora en nuestra Constitución de 1978.

Sin embargo, aun con todas sus mutaciones desprivatizadoras y socializantes, el Derecho del Estado intervencionista, primero, y luego, tras la Constitución, el Derecho del Estado Social sigue siendo —al menos institucionalmente— el heredero del Derecho liberal codificado: basta reparar en que la Constitución Española de 1978 no ha alterado institucionalmente el sistema económico de mercado, aunque sí ha dictado reglas de funcionamiento que corrigen sus efectos socialmente perniciosos o injustos. Por eso, cabe decir que el Derecho del Estado Social —en el que se integra el Derecho del consumidor— sólo supone un injerto socializante en un tronco capitalista, fruto ya del consenso constitucional. El ramaje del árbol será heterogéneo y entre sí conflictivo, padeciendo el injerto una debilidad estructural frente al otro ramaje capitalista de ori-

gen netamente troncal. De esa *debilidad estructural* da cuenta el hacha amenazante de la *desregulación neoliberal*, cuyos lomos de metálica frialdad salen ahora a relucir con frecuencia.

Pero todas estas cosas son bien conocidas. Interesa más —a los propósitos de este artículo— provocar un juicio *ético-antropológico y social* del Derecho, que se ha venido aplicando a las relaciones jurídicas de consumo desde el advenimiento, en España, de lo que ha dado en llamarse la *sociedad de consumo*. Esto es, someter ese Derecho a un *test de humanización*. Lo cual nos obliga a considerar —aún con extraordinaria brevedad— la *concepción antropológica* de este Derecho en sus diversas fases evolutivas.

Empecemos por la concepción del hombre en el Derecho de la Codificación del s. XIX; esto es, por el modelo de hombre por el que opta el Derecho civil:

Es bien conocido que la Codificación, como fruto de la modernidad y del racionalismo filosófico, coloca al hombre —frente o en contraposición con el Estado absoluto— en el centro cardinal de su sistema jurídico. El hombre —o persona, en expresión civilista— es el vértice ordinamental del Derecho común. Se le presenta como ser rescatado, liberado de la opresión clasista y servil del Antiguo Régimen y del Estado Absoluto mercantilista. Cimentado sobre la columna irreductible de la *razón humana*, desatado de las trabas religiosas, plenamente secularizado y con clara conciencia de su autonomía individual en el mundo, sin autoridad obstaculizadora alguna, ese hombre, sujeto sólo a un *ethos* individualista, se convierte en el centro del Derecho, se contraponen al Estado y se le reconocen —sin mediación autoritaria alguna— una serie de derechos innatos o naturales (libertad, igualdad, dignidad).

Pero ocurre que —como la Historia se ha encargado de desvelar— esta idea de hombre es un mero concepto formal, pero

no un *valor real*; sencillamente, que ese hombre formal o filosóficamente libre, tan digno como igual a los demás, no existe de por sí en la vida real, a menos que ese hombre así se realice y se construya creciendo en libertad, en dignidad y en igualdad; esto es, en una sociedad que se construye libre e igualitaria. Ni la libertad, ni la dignidad, ni la igualdad están dadas; hay que crearlas, y construirlas en la Historia. Y ese fue el gran error del Derecho de la Codificación; haber optado por un *hombre-concepto*, y no por el *hombre-valor*, por el *valor-hombre*, que es como la bandera de ideales que mueve a la lucha en el proceso emancipador de la Historia. Libertad, dignidad e igualdad no son presupuestos, sino consecuencias o frutos de un Derecho justo. Ese fue el gran error del racionalismo y del liberalismo jurídico: haber renunciado y haberse inhibido de la gran tarea de construir y realizar ese ideal de hombre en la Historia.

Pero no fue el único error: porque, a pesar del radical antropocentrismo de los Códigos, estos acusaban un grave *déficit ético-antropológico* y también un *déficit ético-social*, pues el hombre es ónticamente un ser social llamado a co-realizarse junto con los demás hombres en sociedad. En efecto, estos Códigos no entienden de *solidaridad social*, embotados colosalmente por un *individualismo egocéntrico* orientado hacia el ideal solitario del *superhombre*, lo que les llevaba a desentenderse de los *débiles del juego económico y del mercado*, a los que la linfa de la libertad, dignidad e igualdad formales no les alcanza. Como botón de muestra de este *déficit ético-antropológico y ético-social* considérese simplemente —a modo de *test del grado de humanización* de este Derecho— el *carácter preponderantemente dispositivo* del Derecho de la contratación, la defensa a ultranza de la *autonomía de la voluntad*, y el *sistema de responsabilidad civil por culpa*. Un tal sistema de norma sólo puede estar pensado para hombres fuertes, igualmente libres, idénticamente iguales y que gozan en la vida social del mismo reconocimiento y dignidad.

Pero lo más grave es que un Derecho pensado para hombres fuertes, poderosos, libres e iguales, que de hecho, siendo así, sólo podría beneficiar o aprovechar a los que realmente eran fuertes, poderosos y libres, se aplicaba también a quienes eran débiles, desiguales y menos libres en sus relaciones con aquéllos. Esto es lo que ha acontecido con los consumidores y las relaciones jurídicas entre empresarios y consumidores (Vivante).

Y, en el caso del Derecho mercantil, el test ético-antropológico es aún más deficitario y pobre, porque este Derecho no sólo está pensado para hombres fuertes —los comerciantes o empresarios—, sino que además son éstos quienes lo hacen o crean y lo imponen, con la mediación política y legal del Estado, a quienes no son comerciantes, sino consumidores (*ius mercatorum*): no sólo *Derecho para el comercio y los comerciantes*, sino *Derecho de los comerciantes*. Entiéndase esto: no es únicamente que los comerciantes consiguieran, a través de la mediación política del Estado liberal burgués, fiel servidor de sus intereses, el Derecho que solicitaban y convenía a sus intereses de clase privilegiada; es también que obtuvieron del Estado la *potestad normativa* al elevarse en el Código de comercio a la categoría de fuente del Derecho los *usos de comercio*, formados a partir de praxis profesional de los comerciantes, y que en sí carecen de los requisitos de la norma jurídica, pues sólo son un *puro material fáctico*. Pues bien, este Derecho profesional y para profesionales empresarios, hecho a la medida de sus intereses de clase, se ha venido aplicando también a los consumidores y a las relaciones de consumo, en estrepitosa quiebra de la igualdad y libertad formales proclamadas por la codificación civil y mercantil. Lo cual da cuenta del pobre grado de humanización de este Derecho pues no hay en él subjetividad, alteridad dialogal, personalización en la ordenación de las relaciones jurídicas. A la postre, la radical concepción antropocéntrica de la Codificación, calada de racionalismo individualista y de aspiraciones materialistas,

con el apoyo del mecanicismo y el cálculo racional, devino en un mero *egocentrismo individualista, materialista e insolidario* con los demás participantes del juego económico, de manera que el concepto hombre —pues nunca llegó a ser *valor*— situado en el vértice ideológico de la Codificación, fue sustituido, o mejor interpretado, como un conjunto de valores materialistas. Este déficit ético-antropológico y ético-social es consecuencia directa del *descompromiso histórico* de la codificación respecto de la plena realización existencial del hombre, esto es, del *valor-hombre*. De ahí que el Derecho de la Codificación difícilmente puede superar el *test de humanización* formulado desde el paradigma ético-antropológico y ético-social. Su *ética jurídica* se reduce a las *buenas costumbres*, la *buena fé negocial*, el *pacta sunt servanda* y las proclamaciones formales de la *libertad*, la *dignidad* y la *igualdad* de los hombres. Con ello se sitúa fuera de la Historia real y de todo *pathos* político comprometido con la realización del hombre en sociedad: sólo contempla la *ironía un hombre sin atributos morales en un mundo de atributos materiales sin hombres auténticos, sin valor-hombre*. Al fin y al cabo, para los filósofos, políticos y juristas del Estado liberal, la función de éste y del Derecho de los Códigos no era, en modo alguno —como señala von Humboldt—, la *promoción de la felicidad de los hombres, sino tan sólo la de asegurar la máxima seguridad y certeza jurídicas* para el pleno goce de los derechos individuales frente a la inseguridad e incertidumbre provocados por los brotes imprevisibles e irracionales de violencia de los hombres, esto es, por el resto de irracionalidad que, a pesar de todo, reconocen en la naturaleza.

Este prototipo de hombre ideado por la revolución burguesa modula todo el Derecho privado de los Códigos: por eso cabe decir —con el Prof. Bartolomé Clavero— que *la revolución burguesa es, en esencia, un fenómeno de naturaleza jurídica*. El problema está en que, en referencia al hombre, la naturaleza jurídica y la naturaleza humana sean divergentes.

IV. HACIA UNA PROGRESIVA HUMANIZACIÓN DEL DERECHO PRIVADO DEL TRÁFICO ECONÓMICO: APARICIÓN DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR.

En el primer tercio del siglo XX irrumpen con fuerza nuevas y audaces concepciones filosóficas y políticas acerca del Hombre, la Sociedad y el Estado. Estas tres instancias constituyen —quírase o no— una «unidad sistémica». Esas nuevas concepciones se introyectan pronto en el nuevo Derecho privado emanado ya del Estado intervencionista y social. Veamos:

La concepción racionalista del hombre como individuo titular absoluto de derechos subjetivos para el goce personal o privado, un hombre no comprometido socialmente con la sociedad de su tiempo, pierde su vigencia a medida que avanzan otras concepciones antropológicas y sociales inspiradas en el *personalismo humanista* y en la *solidaridad social*. Estas nuevas concepciones del Hombre y de la Sociedad encuentran abrigo y acogida en todas las Constituciones modernas que, de modo consecuente, alteran el papel del Estado, comprometiéndolo en la acción—intervención dentro del marco del Estado Social de Derecho.

Cierto es que el *personalismo humanista* —que alumbra también nuestra Constitución— sitúa el foco de su atención en la *libertad*, la *dignidad*, la *igualdad* y el *libre desarrollo de la personalidad* que se consagran en el art. 10 de la CE como *valores ordinamentales* constitucionalmente privados.

Pero importa, sobre todo, señalar que el *personalismo* sustanciado por esos *valores normativos constitucionales*, aunque proviene del *viejo individualismo liberal*, se separa abiertamente de aquella *liberal concepción de la persona insolidaria o asocial*: tanto es así que los valores de la *libertad* y la *igualdad* no solo se atribuyen *ex Constitutione* a los *individuos* o

personas en sí, sino además a los *grupos* en que se integran. Esta referencia a los *grupos* se ha considerado *chocante*, porque no se compeadece con la atomización individualista tradicional. Pero, como advierte Peces Barba, se destaca así que se persigue con ello precisamente *limitaciones al normativismo individualista*, buscando una *contribución a la socialización* y a la *ampliación de la democracia a la sociedad civil*.

Las mutaciones que, sobre el Derecho privado del tráfico económico, provocan estas nuevas concepciones sobre el Hombre, la Sociedad, la Economía y el Estado son de gran significación e importancia:

El Derecho privado se *desprivatiza al politizarse*. Y para ello, desde el punto de vista de la técnica legislativa, se ha de *descodificar* y exiliarse de un Código liberal y burgués.

Cambia también el concepto y la función tradicional y liberal de este Derecho privado; *deja de ser* ya el ordenamiento que *asegura la coexistencia de las distintas esferas de libertad de los individuos* (de acuerdo con el carácter *bilateral* de las normas del Derecho civil), *para convertirse en el Ordenamiento de la cooperación entre los individuos: se manifiesta aquí*, en el fondo, la denominada *socialización del Derecho privado*, que se encuentra permeabilizado de elementos *iublicistas* que *mitigan*, al menos, el carácter *individualista* que la tradición le ha asignado.

Este *modelo de personalismo social* —mas que *individualista*— es el que, sin duda alguna, se consagra en la Constitución española: *un modelo que debe también iluminar y comprometer el modelo de persona—operador económico participante activo en el mercado*. Y es por ahí por donde el Derecho del Estado social, transido de *personalismo humanista*, de *pathos político* y *ethos social*, presta atención protectora al consumidor.

Y con tal propósito se proclaman las nuevas *cláusulas generales* y reglas ju-

rídicas hasta hace poco desconocidas en el Derecho privado: la cláusula del Estado social, la cláusula más beneficiosa para el consumidor, la regla de interpretación *pro-consumatore*, la tutela psíquica del consumidor en la libre autodeterminación de su voluntad negocial, el derecho de arrepentimiento o revocación del consentimiento contractual dado por el consumidor, la responsabilidad objetiva del fabricante, la causalización de las letras de cambio aceptadas por los consumidores, un derecho de información prenegocial y negocial cada vez más intenso y, en fin, la integración publicitaria del contrato, etc.

Lo que cambia, en definitiva, es la *concepción política y la función del Derecho privado*. Aparece, así, un nuevo Derecho del tráfico económico masificado, políticamente comprometido con las ideas y los ideales del Estado social, constitucionalmente legitimado, que asume, en el presente histórico, la tarea de transformar el *modelo de justicia* del Derecho privado de la economía, en aras de una progresiva socialización del nuevo Derecho. Un Derecho así toca de lleno el *corazón* del Derecho privado codificado, para hacerlo más solidario y menos despersonalizado o deshumanizado, alterando de esta forma el espíritu y las bases sobre las que se asienta, hasta el punto de complicar o *desordenar* estructuralmente de un modo *no lógico* —pero socialmente más justo— este Ordenamiento liberal y centenario aún (formalmente) vigente en nuestros Códigos civil y mercantil.

Pues bien, el instrumento normativo que, con mayor trascendencia política, social y jurídica, provoca estas importantes *mutaciones socializantes* y, por ende, *humanizantes en el Derecho privado del tráfico económico masificado* es el llamado *Derecho del consumidor*. Seleccionemos, sin ánimo exhaustivo, algunas de las más significativas e importantes mutaciones con *efectos jurídicos humanizantes*:

Lo primero que formula e impone el Derecho del consumidor es un *nuevo*

modelo de justicia aplicable a las relaciones de consumo, que se articula con normas preponderantemente *imperativas*, por lo que el conjunto de estas normas provoca un importante barrido desapplicador del Derecho contractual codificado, que es preponderantemente *dispositivo*. Esto hace que el Derecho del Consumidor gane en *imperium* normativo en las relaciones jurídicas trabadas en el mercado entre empresarios y consumidores.

Pero este *imperium* normativo del Derecho del consumidor sobre las clásicas normas dispositivas del Derecho mercantil o civil viene, además, asegurado por la *superioridad normativa de la LGDCU*:

Es una ley que desarrolla directamente un *mandato constitucional* (art. 51 CE, y art. 1.1 LGDCU).

Es una ley que consagra un *principio general informador del ordenamiento jurídico* (art. 1.1), público y privado, y dentro de éste, el civil y el mercantil.

Es una ley que no cabe naturalizar o categorizar como ley mercantil ni como ley civil; aunque sí *cercana o conexas* a la legislación mercantil (*vid.* Preámbulo y art. 1).

Es, pues, una ley imperativamente aplicable a los denominados *actos de comercio mixtos*; esto es, a los contratos entre empresarios y consumidores, en desapplicación, por tanto, de las normas mercantiles. Lo cual es tanto como sancionar la *desmercantilización* de las normas aplicables a los actos de comercio mixtos tradicionalmente sometidos al Derecho mercantil.

Es una ley que, precisamente por lo anterior, *trastoca el sistema de fuentes del Derecho mercantil*, por *interposición* o, mejor, *anteposición* a estas fuentes de una *ley general* de prioritaria aplicación, y que ejerce un *control jurídico* ex *Constitutione* sobre el Derecho mercantil el Derecho mercantil clásico.

Es una *Ley General* —no sólo en el sentido de ley del Estado y en cuanto tal marco normativo de toda legislación autonómica de defensa de los consumidores—, sino también, sobre todo, *Ley General porque generaliza unos principios de orden en el mercado, que unifican o uniforman el modelo de regulación de los actos o relaciones de consumo*. Y lo novedoso, ahora, es que esta unificación ordenadora se produce no por *comercialización* de dicho modelo regulador, sino por efecto de la *constitucionalización* del mismo, en virtud de nuevos valores y principios normativos *sociales, solidarios o humanizantes*. Bien entendido que la *desmercantilización* del Derecho privado de tráfico jurídico masificado se produce por *constitucionalización*, y no por civilización de la materia y de las normas aplicables, aunque sí *para la generalización o civilización* de las mismas.

De aquí cabe, finalmente, colegir que el Derecho del consumidor —sin llegar a ser una nueva rama autónoma del Derecho privado— es, por imperativo constitucional, un *instrumento o pieza ortopédica* que el Estado social de Derecho coloca dentro del Derecho de la economía para corregir los defectos y los desequilibrios internos del cuerpo social causados por la natural irracionalidad de la economía de mercado y el sistema social subsiguiente. También es un Derecho que viene a corregir las contradicciones del Derecho liberal codificado y a enmendar su histórica *perversión social*. Se entiende, así, la serie de impropiedades con los que, en sectores dogmáticos conservadores, ha sido recibido este Derecho: *contestatario, rompedor, herético, que huele a hoguera...*

Lo que resulta verdaderamente audaz, desde el punto de vista de la dogmática jurídica —que queda sobrepasada o *apiolada*— es que se haya promulgado un nuevo Derecho para regular las relaciones jurídicas de consumo sin haberse resuelto el problema de la naturaleza jurídica civil o mercantil de estas relaciones. Este problema queda deva-

luado, porque cualquiera que sea la naturaleza cabal de estas relaciones —civiles o mercantiles—, se sujetarán a las mismas normas, la categoría sistemática del Derecho del consumidor. El legislador ordinario se salta —por elevación constitucional— la dogmática jurídica. El caso es defender al consumidor.

No cabe duda de que un Derecho así quiere *redimir* de su deshumanización histórica al viejo, clásico y racional Derecho de los comerciantes, que pierde *racionalidad* pero gana en *humanidad, en justicia social*. Problema y conflicto distinto será si la *humanidad* del nuevo Derecho es compatible o no con la *eficiencia económica* que es la nueva diosa del sistema capitalista o, si se quiere, el nuevo *becerro de oro* labrado por los orfebres—economistas de la Escuela de Chicago y post-Chicago (*análisis económico del Derecho*). Como también habrá que ver si este manto de humanidad jurídica que extiende el Derecho del consumidor para cobijar y proteger a los débiles del mercado corre el riesgo de rasgarse o desaparecer a impulsos de la reclamada *desregulación normativa*. Dejemos para el final ambas cuestiones.

Interesa, seguidamente, contemplar uno de más elocuentes *signos de humanización* del Derecho regulador de las relaciones jurídicas de consumo: *Los derechos del consumidor como derechos fundamentales de la tercera generación*.

La reciente clasificación o categorización de los derechos del consumidor dentro de la llamada *tercera generación de derechos fundamentales del hombre-ciudadano* por parte del moderno constitucionalismo europeo y el pensamiento ius-filosófico más avanzado constituye, sin duda, uno de los más significativos y trascendentales *signos de humanización del Derecho aplicable a las relaciones jurídicas de consumo*, porque asegura y eleva la constitucionalización de los derechos —ahora, *fundamentales*— del consumidor, y compromete al legislador, en consecuencia, a una más profunda y avanzada positi-

vización jurídica de los mismos. Veamos:

Los derechos fundamentales del hombre son una *categoría radicalmente histórica* y, por tanto, en cada contexto histórico su lista o catálogo está abierto a acoger nuevos derechos o a redimensionar los ya reconocidos (Pérez Luño). Así, en el proceso histórico de reconocimiento de estos derechos fundamentales, se detectan tres momentos:

La *primera generación de derechos fundamentales* nace con la modernidad ilustrada, iluminista y racionalista, de la que surge el liberalismo económico y jurídico (la Codificación del S. XIX). Estos primeros derechos fundamentales se configuran como *derechos individuales*, caracterizados como *derechos de defensa* (*Abwehrrechte*), en los que el sujeto mantiene una actitud pasiva, de mero goce o disfrute, que es protegido y articulado a través de la técnica de policía administrativa.

Son estos los derechos que se sancionan en el S. XVIII en las primeras *Declaraciones de los derechos del hombre y del ciudadano* (Virginia, 1776, y Francia, 1779), con los que la burguesía liberal logra el gran viraje histórico de la revolución industrial y la instauración del capitalismo moderno: el derecho a la libertad, la dignidad, la igualdad, la propiedad privada, la libre iniciativa económica, etc. Hay en ellos, qué duda cabe, un *componente humanista y ético-antropológico*, sobre todo como contraposición a la tiranía y la corrupción del absolutismo decadente. Y, por tanto, esos derechos individuales tienen un fundamento imperecedero e irreversible. Pero en la ideología liberal, este componente humanista *-humanizante-* pierde fuerza e incluso es objeto de contradicciones, toda vez que estos derechos se ponen al servicio, más que del *hombre abstracto* por el que se opta, de los intereses económicos de clase, hasta convertirse en un instrumento ideológico de explotación de quienes también fueron reconocidos como libres, dignos e iguales. ¿Cómo, si no, se ex-

plica, por ejemplo, la proscripción legal del asociacionismo obrero en el siglo XIX?

Dígase de estos derechos, finalmente, que tienen por fundamento capital el *valor de la libertad*.

Los *derechos fundamentales de la segunda generación* surgen de la erosión de la matriz individualista de los derechos individuales del Estado liberal y del avance del Estado Social de Derecho. Básicamente, estos *derechos fundamentales son de carácter económico, social y cultural*, que se configuran como *derechos de participación y cooperación* (*Teilhaberecht*), y que predicen del sujeto una actitud activa. Entre ellos pueden situarse los siguientes: el derecho al trabajo, a la educación, a la salud y seguridad social, a la libre sindicación, a la huelga, a la vivienda, etc.

El fundamento de estos derechos fundamentales de la segunda generación estriba en el *valor de la igualdad y democracia económicas*.

En la actualidad se plantea la existencia de una *tercera generación de derechos fundamentales*, que surgen como respuesta a las grandes y complejas mutaciones que van a operarse en la vida de los hombres de la sociedad como consecuencia de las nuevas tecnologías, el proceso industrial tecnológico hipermasivo, el crecimiento económico *planetariamente* insostenible, y la universalización hegemónica del mercado como sistema económico (globalización).

El fundamento axiológico de estos derechos está, primordialmente, en el *valor de la solidaridad social* -de alcance, incluso, internacional y planetario-, lo que presupone la opción por un nuevo *modelo de Hombre, Vida, Mundo... y Derecho*, en consonancia con la vida y el mundo de hoy envueltos en la *galaxia de la complejidad*. Así, el modelo de hombre no es ya el de un *hombre abstracto y sin atributos* de la primera generación, un hombre autónomo,

asocial, insolidario, sino el de un *hombre situado en una circunstancia*, esto es, un *hombre enraizado y comprometido en la Historia* y, por tanto, responsable—incluso jurídicamente—de ella, esto es, de la *vida del hombre en el mundo*, no sólo en el presente sino también en el del futuro.

En esta nueva categoría de derechos fundamentales de la tercera generación se engloban, por ejemplo, el *derecho a la diversidad*, los *derechos relacionados con la genética y la bioética*, los *derechos de protección de la salud*, los *derechos de protección frente a las nuevas tecnologías de la información*, el *derecho al medio ambiente*, los *derechos del mercado*, y también los *derechos del consumidor*, y en general, el *derecho a la tutela de intereses difusos de grupos sociales que padezcan situaciones de inferioridad o subordinación*.

Como se puede apreciar, muchos de estos derechos ya están reconocidos y protegidos en el Derecho de las anteriores generaciones de derechos fundamentales. Lo que ocurre ahora es que, en este contexto, donde prima universalmente una nueva concepción del *hombre inserto y responsable de la historia y de la vida del mundo*, aquellos derechos son objeto de una profunda redimensión axiológica, política y jurídica. Así, por ejemplo, el ejercicio de las libertades y derechos individuales que tengan una incidencia en la vida de todos los hombres o de otros conciudadanos pasa a ser enjuiciado por un *parámetro de solidaridad intensa y extensa (la escala internacional o universal)*, que exige de todo titular un esfuerzo de *cooperación o comunión altruista de intereses divergentes*.

Se entiende, así, perfectamente que ahora se tienda a superar la posición de ciudadano como exclusivo sujeto de derechos e intereses legítimos, para abrir esta categoría a los *grupos de ciudadanos* o *grupos sociales*: enfermos, tercera edad, infancia, drogadictos, objetos de conciencia, homosexuales, *consumidores*... De tal manera que la tutela

efectiva de los derechos está ligada a la *vinculación de los hombres a grupos o categorías de ciudadanos*. Para unos será una tutela preferencial, y para otros recesiva; pero el Estado será siempre el marco de referencia (Vergotini). Hasta el punto de que, según doctrina y jurisprudencia del Tribunal Constitucional italiano, los *derechos sociales*—reconocidos a los grupos sociales—pueden ser también considerados y protegidos como *derechos inviolables*.

Finalmente, algunos de estos derechos fundamentales de la tercera generación—como los *derechos del sistema de economía de mercado*, dentro de los que se enmarca los *derechos de los consumidores*—tienen una importante *dimensión institucional*, pues son *elementos constitutivos del sistema económico constitucional*. Así, no es sólo que los derechos del consumidor se protejan en el marco del sistema económico constitucional (art. 1. I LGDCU), sino que, sin la defensa de esos derechos e intereses, el sistema económico pierde legitimación jurídica y queda mal servida la justicia. No basta, pues, una protección a los derechos individuales o colectivos de los consumidores, sino que esa protección ha de extenderse al buen funcionamiento del sistema económico—como institución del país—, pues, realmente, si el sistema económico no funciona, se abrirán muchas grietas difusas en los derechos de los consumidores, y su defensa será difícil o pírrica.

Pues bien, no cabe duda de que esta categorización de los *derechos del consumidor* dentro de la *tercera generación de derechos fundamentales* da cuenta del *progresivo proceso de constitucionalización jurídica y humanización ética del Derecho del consumidor y, por ello, del Derecho mercantil*. Una humanización ya más madura, por cuanto que estos derechos del consumidor no buscan marcos de referencia aislados y autónomos, ni tampoco exclusivamente colectivos, sino que se apoyan en *marcos institucionales* coadyuvando más comprometedoramente a la *credibilidad* y realización plena del sistema

económico constitucional. Los consumidores son así, como *categoría humana*, reconocidos como *pieza esencial del sistema económico constitucional*.

Como simple detalle del resultado de un *test del alto grado de humanización* de algunos de estos derechos fundamentales de la tercera generación, basta apreciar que el Tribunal Constitucional italiano, al tratar de estos derechos, concibe la persona como una *unidad psicofísica*: de ahí deriva el reconocimiento del derecho al honor, a la intimidad, a la identidad sexual, al cambio de sexo, a la integridad psicofísica, etc.

No es nada desaprovechable esta concepción de la persona como *unidad psicofísica* para aplicarla al *consumidor*, con objeto de protegerle frente a las prácticas comerciales que atentan contra su libre autodeterminación negocial o las campanas de publicidad subliminal o ventas agresivas, que someten al consumidor a una *presión psíquica innormal*. Las *cláusulas generales* deberán retroalimentarse de esta concepción más madura de la persona-consumidor.

V. ÚLTIMAS TENTACIONES Y NUEVOS PELIGROS DE DESHUMANIZACIÓN DE LAS RELACIONES JURÍDICAS DE CONSUMO: LA CONTRARREFORMA NEOLIBERAL DEL DERECHO DEL ESTADO SOCIAL DE DERECHO.

Como bien se sabe, en los últimos años el sistema político y socioeconómico del Estado Social de Derecho está siendo duramente combatido por una corriente de pensamiento político conservador, de corte exacerbadamente economicista, que intenta desconectar la Constitución económica del Derecho mercantil o del tráfico económico, mediante la articulación de un movimiento de *contrarreforma neoliberal del Es-*

tado social y Democrático de Derecho y del Derecho de la economía social de mercado. Se intenta, así, batir en retirada la intervención pública del gobierno en la economía y abatir su *conquista social* más notable, *el Estado del Bienestar*. Del *gobierno político de la economía* se pasa o quiere pasar al *gobierno económico de la política*.

La repercusión que sobre el Derecho vigente —y, desde luego, el Derecho del consumidor— tiene esta corriente de pensamiento neoliberal es obvia, y se proyecta en una doble dimensión: lo que se propugna es, de un lado, *desregular la economía* y, de otro, *economizar el Derecho*. *Desregulación de la economía y economización del Derecho* son principios ideológicos y político-jurídicos convergentes con los que el neoliberalismo emergente aspira a la conquista de lo que constituye su primordial objetivo político: *la maximación de la eficiencia macroeconómica del sistema económico capitalista*. Se arrumban, pues, las aspiraciones y valores de *solidaridad social* típicos de la *economía social de mercado* desarrollada en buena parte de los países europeos tras la Segunda Guerra Mundial.

Por lo que se refiere al Derecho privado de la economía, el neoliberalismo busca, de nuevo, su *reprivatización*, esto es, su *despolitización*. Sus dos instrumentos más operativos son la *desregulación* y la aplicación de los métodos y técnicas del *análisis económico del Derecho*. Me limito a formular dos breves apuntes críticos:

La desregulación de la economía de mercado entraña, hoy, una falacia inmanente, si por desregulación se entiende —tal como se propugna por algunos destacados neoliberales— la pura y dura eliminación de las normas reguladores del mercado y sus agentes. Sencillamente, el sistema de mercado —envuelto también en la *galaxia de la complejidad*— no consiente ya la pura *anomia*. Demostrado está tras dos siglos de experiencia —y vivencias muy dolorosas e injustas para enormes capas sociales— que el

mercado necesita Estado; que el mercado lleva en sí mismo el germen de su propia destrucción y genera desequilibrios socioeconómicos y sociales muy fuertes, que la madurez democrática de la sociedad moderna no soportaría hoy.

Digámoslo claro: el mercado no es un elemento natural de la sociedad. Más bien es una pieza o mecanismo social artificial que hay que cuidar, ordenar y proteger. Y esta labor sólo puede corresponder al Estado. Cosa bien distinta es que se discutan los *modelos y mecanismos de intervención pública* en el mercado, en función del programa de objetivos político-económicos y sociales de cada partido político. De hecho, en los EE.UU. la desregulación del sector del transporte aéreo ha requerido una reglamentación muy acusada. Y en España ha pasado otro tanto con la liberalización del mercado de valores (Soriano García). Lo que sí cambia es el modo en que se ejerce la potestad de intervención: así, más bien, cuando se habla de desregulación se quiere decir que se pasa o ha de pasar de una *administración de intervención* a una *administración de supervisión o control*. La técnica de legislar también variará: se tratará de normas del tipo de las Directivas CE: marcando objetivos, pero dejando a los sujetos privados libertad en los medios para conseguirlos.

Sólo en este sentido puede, hoy, entenderse y aceptarse —con la Constitución en la mano— la *desregulación* de la economía y del mercado. Y tanto más la *desregulación de las relaciones de consumo* aduzcadas por un cierto protector de normas constitucionales ya desarrolladas que no consenten, en modo alguno, una *desregulación salvaje*.

En relación a las relaciones de consumo ocurre más bien todo lo contrario en toda Europa, y desde luego en el seno de la Unión Europea retada a ganarse la credibilidad y confianza de los ciudadanos europeos, pasando de la *Europa de los mercaderes* a la *Europa de los ciudadanos, consumidores* (art. 129. A Tratado UE).

El segundo instrumento de *reprivatización y despolitización* del *Derecho privado del tráfico económico* es el *análisis económico del Derecho*.

Según este post-moderno método de *creación legislativa y judicial del Derecho*, el Derecho privado patrimonial o contractual debe abandonar todo propósito de justicia redistributiva o de equidad, pues este cometido lo viene realizando con altísimos niveles de costos de transacción, de protección de derechos y de reparación de daños. Y, precisamente por ello, el Derecho privado es altamente *ineficiente* desde el punto de vista macroeconómico.

Para los defensores del análisis económico del Derecho, los legisladores jueces y juristas del Derecho privado desvarían económicamente cuando aplican sus normas y reglas jurídicas patrimoniales, porque desconocen la teoría económica, no saben nada de econometría, estadística, análisis de costes, ni matemática financiera. Y entonces aplican unas reglas de justicia que son ineficientes desde el punto de vista macroeconómico. He ahí el gran descubrimiento post-moderno al servicio del capitalismo ultramoderno: *Justicia macroeconómicamente eficiente*, como expresión quintaesencia de lo que debe ser la *Justicia del capitalismo o para mejor servir al capitalismo del presente y futuro*.

Según esto, la *decisión legislativa o judicial* habrá de ser una *decisión económica eficiente*. El Derecho privado no es ya que ser *reprivatizado y despolitizado*, lo que ahora se propugna es que se *desjuridifique* para *economizarse* plenamente. *Economización del Derecho*: ese es el último grito del neoliberalismo más acabado. Lo evoca así, irónicamente, el título de un libro reciente que parece estar escrito para juristas: *La Economía, estúpidos, la Economía* (Martín Seco).

El conflicto de intereses entre los participantes del mercado se interpreta como simple problema de eficiencia del mercado, que se analiza con técnicas

macroeconómicas y se resuelve con fórmulas de análisis de costos y matemática financiera que aseguran la máxima eficiencia económica al mercado y a la economía nacional. Los valores normativos de *justicia, equidad, equivalencia de prestaciones, solidaridad social, igualdad económica, tutela del contratante débil, defensa pro-consumatore* se sustentan y metabolizan en meras magnitudes macroeconómicas. El Derecho se convierte así en un instrumento servil del economicismo y eficientismo del mercado libre, en abandono de su irreversible, y acaso utópica, función amparadora y restauradora de situaciones jurídicas injustas padecidas por los individuos o grupos de individuos, sean o no eficientes para la contabilidad nacional o los grupos de intereses empresariales las causas que las provoquen, o las soluciones que el Derecho y los jueces establezcan.

Juzguen ustedes por sí mismos el grado de *humanización* del Derecho que este método del análisis económico del Derecho aporta a las relaciones de consumo. No es de extrañar que Federico de Castro, escandalizado por esta moda de *eficientismo económico del Derecho*, calificara a esta teoría económica del Derecho, más bien, como *teoría económica sin Derecho*. Pero todo ello, mal que a alguno nos pese, es reflejo de unos de los *signos de los tiempos: la economización de la política, de la sociedad, del Derecho, de las relaciones interhumanas, de la vida* misma. Y así se oye hablar, de forma cada vez más extensa, de la *vida y mundo como mercado*. Sí es así, en el aturdimiento de una vida-mercado y un mundo-mercado, el hombre se juega, entre luminarias de neón y falsos oros de purpurina, su realización existencial en la historia. Se juega su razón de ser y existir.