

IGNORANCIA DE LA LEY, ERROR DE DERECHO Y DEBERES DE INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR

Margarita Castilla Barea

Profesora Titular de Derecho Civil
Universidad de Cádiz

Sumario: 1. Planteamiento. 2. Los deberes de información en el ámbito del consumo y el principio de que la ignorancia de la ley no exime de su cumplimiento: una relación remota. 3. El error de Derecho como manifestación de la ignorancia de la ley en el ámbito del contrato. 3.1. La (discutible) distinción entre ignorancia de la ley y error de Derecho. 3.2. Es irrelevante que el consentimiento contractual se vea viciado por un error de hecho o de Derecho. 4. Reflexión final.

1. PLANTEAMIENTO

El art. 6.1 CC, en los dos incisos que lo componen, establece el marco general de eficacia que se reconoce en nuestro ordenamiento jurídico a la ignorancia de la ley y al error de Derecho, dos manifestaciones del imperfecto conocimiento de las normas jurídicas cuyo alcance último en un supuesto particular puede explorarse prácticamente desde cualquier disciplina jurídica. En este caso, se trata de indagar, desde la perspectiva del Derecho civil, en las relaciones que cabe establecer entre estos principios y la inobservancia por los empresarios y profesionales de los deberes de información que las normas de Derecho del Consumo les imponen —de forma cada vez más frecuente, prolija y compleja— a la hora de contratar con los consumidores y usuarios a quienes ofrecen sus productos y servicios.

Por lo que respecta a la máxima de que *la ignorancia de la ley no excusa de su cumplien-*

to, es bien sabido que su fundamento ha sido largamente discutido a lo largo de los tiempos. En la actualidad, está superada la idea de que la regla descansa en un hipotético deber de conocer el Derecho, o en algún tipo de suposición o presunción (ni *iuris tantum* ni *iuris et de iure*) de que los destinatarios de las normas jurídicas conocen su existencia y contenido. La opinión comúnmente aceptada hoy insiste en que son más bien razones prácticas —la realización efectiva del Estado de Derecho como sociedad regida por el principio de legalidad constitucionalmente consagrado— las que respaldan actualmente el vigor de la máxima.

Con independencia de cuál sea el fundamento que hoy la sustenta, lo cierto es que lo categórico de su resultado no se ha tratado de contrapesar con la imposición a los poderes públicos de un deber general de promover y facilitar el conocimiento efectivo por los ciudadanos de las normas jurídicas que promulgan. Las exigencias en este sentido se han limitado

a la publicidad o publicación de las normas jurídicas y a la accesibilidad de su texto, pero no necesariamente a la divulgación de los derechos y deberes que de ellas dimanen, y tampoco a la explicación —siquiera somera o resumida— de su sentido. Así, y ciñéndonos al espectro más propio del Derecho civil, no encontramos norma alguna que imponga a los poderes públicos —tampoco a ningún tipo de sujeto privado— la formación ni información jurídica acerca de los derechos y deberes que a todos nos conciernen en cuanto integrantes de una determinada comunidad social (nacionalidad, vecindad civil), en cuanto miembros de una familia, como parientes de una persona fallecida o en cuanto a posibles regidores libres de nuestro futuro destino en caso de padecer una enfermedad que merme nuestro entendimiento o que nos impida en ese mismo momento tomar las decisiones pertinentes. Nadie está obligado a darnos a conocer convenientemente el sentido de las normas que disciplinan estas relaciones jurídicas, las que rigen estas concretas parcelas del Derecho y a las que, por tanto, estamos o podemos estar sujetos la mayor parte de los ciudadanos.

Sin embargo, este panorama es en cierta medida distinto cuando se trata del Derecho del consumo, ya que el art. 51 CE pone a cargo de los poderes públicos el deber de garantizar la defensa de los consumidores y usuarios, y hace de la información dirigida a este colectivo y de su formación como tales consumidores y usuarios la herramienta privilegiada para lograr tal objetivo. En desarrollo de esta norma constitucional, el art. 17 TRLGDCU impone a los poderes públicos el deber de asegurarse de que los consumidores y usuarios «dispongan de la información precisa para el eficaz ejercicio de sus derechos», lo que puede verse como una plasmación positiva —y del mismo nivel en la jerarquía de fuentes que el art. 6.1 CC— del deber de los poderes públicos de reducir el ámbito de la ignorancia de las normas por parte de los ciudadanos en su condición de consumidores y usuarios.

Pero es que, además, en el ámbito del Derecho del consumo también se impone a ciertos

sujetos privados que se relacionan en el mercado con los consumidores y usuarios el deber de trasladar a este colectivo determinada información relativa a algunos derechos que les conciernen en la concreta relación contractual que entre ellos se establece. En este ámbito y en la medida exigida por las normas que imponen a los empresarios y profesionales estas obligaciones o cargas —que, por contraposición con el deber de información genérico que compete a los poderes públicos, suelen denominarse «deberes de información específicos»—, también puede decirse que, a diferencia de lo que sucede con otras parcelas del Derecho, el legislador arbitra —aunque sea como efecto reflejo y no directamente buscado como tal— un procedimiento que conduce a reducir la ignorancia de las normas de consumo.

En otro orden de cosas, y por lo que respecta al error de Derecho contemplado en el inciso II del art. 6.1 CC, cabe también cuestionarse si las leyes le atribuyen algún efecto en el marco de los deberes de información al consumidor. Partiendo de una esencial identificación entre la ignorancia de las normas y el error de Derecho (no exenta de discusión) y admitido que en la órbita contractual se reconoce la relevancia de este último —y también la del error de hecho, que, a estos efectos, no es distinto de aquél—, a través de la dogmática y tratamiento del error como vicio del consentimiento contractual se asiste en la actualidad —al menos en ciertos sectores de la contratación con consumidores— a un cierto automatismo en la aplicación del binomio «incumplimiento de los deberes de información por el empresario/incursión en error-vice por el consumidor». La razón de ello parece radicar en el deseo de proporcionar a este —considerado como parte débil en estos contratos— mecanismos para dejar sin efecto el contrato celebrado, para lo cual se establece como *prius* una conclusión no siempre cierta: la de que existe una relación de causa a efecto entre aquella inobservancia de las normas de información por parte del empresario y la formación viciada por error del consentimiento del consumidor. Pero

este planteamiento debe revisarse, además de por lo anterior, porque rara vez conduce a resultados satisfactorios, ya que la consecuencia jurídica técnica que en puridad se desprende del error en el consentimiento contractual es la anulabilidad del contrato y su consiguiente ineficacia estructural, un resultado que en muchas ocasiones no tutela adecuadamente el interés de las partes en conflicto.

Por todo ello, no parece aventurado cuestionarse si habría que revisar para los contratos de consumo la premisa que identifica en todo caso error de Derecho con error en el consentimiento contractual, para establecer otros efectos jurídicos distintos de aquel *error iuris* que puede padecer el consumidor por la carencia de una información suficiente—fundamentalmente los característicos de la responsabilidad *in contrahendo* y de la responsabilidad por incumplimiento del empresario o profesional—sin necesidad de retocer la esencia de las instituciones configuradas a lo largo de siglos en los preceptos de nuestro denostado, pero resistente, Código Civil de 1889.

2. LOS DEBERES DE INFORMACIÓN EN EL ÁMBITO DEL CONSUMO Y EL PRINCIPIO DE QUE LA IGNORANCIA DE LA LEY NO EXIME DE SU CUMPLIMIENTO: UNA RELACIÓN REMOTA

Como indicábamos al inicio de estas páginas, es sabido que actualmente impera la idea de situar el fundamento del principio de que la ignorancia de la ley no excusa de su cumplimiento en una razón utilitarista: la factibilidad del Estado de Derecho, que requiere que las normas jurídicas y las consecuencias que establecen puedan aplicarse con independencia del mayor o menor grado de conocimiento y aceptación de éstas por la ciudadanía (en el mismo sentido, Rodríguez Morata, 2009: 60-61, y

García Rubio, 2010: 63). Desde este punto de vista, la vieja máxima se considera como una consecuencia necesaria de los principios constitucionales de legalidad, seguridad jurídica e interdicción de la arbitrariedad consagrados en el art. 9.3 CE y como una derivación de la garantía constitucional de la eficacia del Derecho válidamente producido *ex art.* 9.1 CE (Carrasco Perera, 2013: 141).

El hecho de haber dejado atrás otras posibles justificaciones de esta regla consagrada en el art. 6.1 de nuestro vigente Código Civil, tales como la formulación de un hipotético deber de los ciudadanos de conocer el Derecho o la ficción de que efectivamente lo conocen, pudiera alejar la idea de que los poderes públicos tienen o han de tener la misión de reducir el ámbito de esa ignorancia del Derecho acometiendo las acciones necesarias para que los ciudadanos amplíen y mejoren su acervo jurídico. Lo cierto es que el rigor de la regla en cuestión no se ha mitigado nunca con la formulación de otra regla general paralela que ponga a cargo de los poderes públicos la tarea de minimizar dicha ignorancia, divulgando, explicando y, en definitiva, dando a conocer el Derecho a los ciudadanos. En contraste con el carácter obligatorio que se atribuiría a una hipotética regla general paralela de aquella naturaleza, la divulgación del sentido de las normas por los poderes públicos es, hoy en día, en los escasos ámbitos en los que se produce, algo «voluntario». Y así, por ejemplo, al supuesto contenido en el art. 9 LGT se refiere Carrasco Perera (2013: 143) como un caso en el que «el legislador hace gala de su buena intención de facilitar el conocimiento de las normas por parte de los destinatarios». Sin embargo, no parece descabellado cuestionarse si, efectivamente, es legítimo exigir a los poderes públicos que adopten medidas o emprendan algún tipo de actividad tendente a promover un mayor conocimiento del ordenamiento jurídico por parte de los destinatarios de las normas, ya asumiendo directamente la carga de su divulgación, ya incluso imponiéndola a los particulares cuando establecen determinadas relaciones jurídicas de carácter privado.

En el propósito de mejorar el grado de conocimiento del Derecho en la sociedad se puede identificar fácil y prontamente un interés general que, en nuestra opinión, justificaría suficientemente el planteamiento anterior: una mejor formación jurídica de los ciudadanos reduciría la litigiosidad y favorecería en muchos casos el cumplimiento espontáneo y voluntario de las normas jurídicas, contribuyendo así a esa realización del Estado de Derecho que se pretende a la postre con la imposición del principio de que *ignorantia iuris non excusat*. Los propios poderes públicos demuestran con sus hechos que la divulgación por su parte de las reglas jurídicas básicas que rigen múltiples relaciones de Derecho público con los administrados producen un resultado positivo en su grado de cumplimiento consciente y voluntario, redundando finalmente en un claro beneficio para la sociedad: así, por ejemplo, pueden mencionarse las campañas de la Agencia Tributaria que informan a los contribuyentes de los plazos para la presentación de sus declaraciones de impuestos e incluso ponen a su disposición servicios públicos para asistirles en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales; o las campañas de la Dirección General de Tráfico, en las que se informa a los conductores del carácter delictivo —además de peligroso— de ciertas conductas al volante.

Por lo que respecta al ámbito concreto del Derecho del consumo, puede apreciarse un contraste importante con lo anteriormente expuesto, dado que en este campo sí que existe una formulación legal y de un alcance pretendidamente general del deber que incumbe a los poderes públicos de *promover* la información y formación de los ciudadanos en tanto que consumidores, obligación que se consagra al máximo nivel normativo en el art. 51.2 de la Constitución Española, a cuyo tenor: «2. Los poderes públicos promoverán la información y la educación de los consumidores y usuarios, fomentarán sus organizaciones y oirán a éstas en las cuestiones que puedan afectar a aquéllos, en los términos que la ley establezca».

Desarrollando este precepto y bajo la rúbrica de «Información, formación y educación de los consumidores y usuarios», el art. 17 TRLGDCU señala el papel que corresponde a los poderes públicos en la formación de los ciudadanos como consumidores y usuarios, poniendo a su cargo no solo el diseño de los medios precisos para que llegue hasta ellos la información necesaria para defender eficazmente sus derechos, sino constituyéndoles asimismo en vigías del cumplimiento de las obligaciones de información que las normas jurídicas imponen a los sujetos privados que contratan con los consumidores y usuarios (en el mismo sentido, Parra Lucán, 2011: 261). El tenor literal del mencionado precepto es el siguiente:

«1. Los poderes públicos, en el ámbito de sus respectivas competencias, fomentarán la formación y educación de los consumidores y usuarios, asegurarán que éstos dispongan de la información precisa para el eficaz ejercicio de sus derechos y velarán para que se les preste la información comprensible sobre el adecuado uso y consumo de los bienes y servicios puestos a su disposición en el mercado.

2. Los medios de comunicación social de titularidad pública estatal dedicarán espacios y programas, no publicitarios, a la información y educación de los consumidores y usuarios. En tales espacios y programas, de acuerdo con su contenido y finalidad, se facilitará el acceso o participación de las asociaciones de consumidores y usuarios representativas y los demás grupos o sectores interesados, en la forma que se acuerde con dichos medios».

Como puede apreciarse, se establecen dos cauces para la realización de esa carga impuesta a los poderes públicos de promover la información y formación de los consumidores y usuarios: de una parte, la imposición directa a los propios poderes públicos de un deber de información que, por su alcance y formulación, puede tildarse de «genérico» y, de otra parte, la asignación de funciones de control y vigilancia del cumplimiento por los particulares —espe-

cialmente, los empresarios que comercializan bienes y servicios— de los «deberes específicos de información» a los consumidores que también las normas les imponen con un mayor grado de concreción y con consecuencias diversas en caso de incumplimiento.

Observados desde la óptica de la conveniencia y aun de la necesidad de dar a conocer el Derecho a los ciudadanos, especialmente en ámbitos como el del consumo, que a todos concierne, el establecimiento y la configuración jurídica de los deberes de información —tanto a cargo de los poderes públicos como a costa de los sujetos privados a quienes en cada caso se los adosan las correspondientes disposiciones legales— podrían considerarse como un cierto paliativo al viejo principio de que la ignorancia de la ley no excusa de su cumplimiento, un mecanismo para acercar el Derecho —o al menos una concreta parcela del mismo— a sus destinatarios, siquiera sea en pequeñas dosis y en tanto en cuanto prácticamente casi todo ciudadano adopta en las sociedades modernas el rol de consumidor. Los deberes de información vendrían a reducir el alcance de la posible *ignorantia iuris* en este ámbito, estableciéndose entre ellos y el principio en cuestión una típica relación de exclusión entre opuestos: el consumidor informado, bien informado de sus derechos y deberes, no ignora las normas que regulan las relaciones de consumo que establece con otros sujetos y la aplicación de las mismas no necesita justificarse *in extremis* en una fuerza vinculante del Derecho que está más allá de la propia conciencia y voluntariedad de regirse por él, sino que, por el contrario, será una aplicación legitimada *ad maiorem* por ese propio conocimiento y por la voluntad de someterse a las prescripciones de dichas normas.

Es obvio que tanto la imposición a la administración pública de un genérico deber de informar y formar a los consumidores en su papel de tales como el establecimiento de deberes específicos de información a cargo de los empresarios y proveedores de servicios —contradiendo el clásico axioma de la igual-

dad de los contratantes, que ostentan una clara superioridad sobre los adquirentes y usuarios de sus productos— vienen en la práctica a reducir el universo de la ignorancia de los ciudadanos acerca del Derecho del consumo. No en vano, se considera que el establecimiento de aquel deber genérico a cargo de los poderes públicos se justifica precisamente por la idea de que la ignorancia del consumidor sobre los derechos que le confiere la prolija y enrevesada normativa actual, así como sobre las características y reglas de uso de muchos de los bienes y productos que adquiere y consume, es la causa de buena parte de los problemas y conflictos jurídicos en los que, como tal, se ve envuelto el consumidor (Parra Lucán, 2011: 261). Por su parte, la imposición de deberes concretos de información a cargo de los empresarios y proveedores de servicios en beneficio de los consumidores y usuarios con quienes contratan contribuye también a producir el mismo efecto, si bien se destaca en este caso su propensión a combatir la asimetría informativa que existe entre los contratantes y su consideración como un mecanismo —más o menos efectivo, según los casos— de igualación entre ellos (García Vicente, 2013: 1660).

A pesar de lo dicho, sería ingenuo pensar que la configuración legal de todos estos deberes de información tenga como primer objetivo provocar este efecto de reducción del ámbito de la ignorancia de las normas que, muy posiblemente, ni siquiera remotamente engrosaba la lista de propósitos que el legislador perseguía al definirlos, sino que obedece a otras intenciones seguramente más mundanas y menos altruistas como la mejor realización del mercado interior intraeuropeo o la necesidad de dotarlo de la máxima transparencia en cuanto exigencia del sistema de libre competencia en el mercado (en este último sentido, García Vicente, 2013: 1652).

Y es que no debe olvidarse que el auge y progresión de los deberes de información no ha venido tanto de la mano del legislador español —ni tan siquiera del constituyente, que tan tempranamente acertó al reflejar en nuestra

Carta Magna la importancia de la protección de los consumidores y usuarios—, como del europeo. La primacía del objetivo último de la mejor realización del mercado interior no se escapa a la doctrina que se ocupa habitualmente de materias propias del Derecho del consumo. Recientemente, y con carácter explícito, invoca este objetivo en relación con los deberes de información Prats Albentosa (2014: 1): «En tanto que la consecución de un verdadero mercado interior constituye uno de los principios fundamentales de la construcción europea, hay un interés de carácter general que justifica la delimitación de la conducta de los oferentes de bienes y servicios de consumo mediante la imposición de deberes de información previos a la contratación, así como el establecimiento de controles públicos de supervisión y disciplina. Todo ello sin perjuicio de que, en las concretas relaciones contractuales que se traben entre oferentes y consumidores o usuarios, los deberes establecidos por la Ley [...] asimismo se integren formando parte de la propia reglamentación contractual (art. 1258 CC)». De hecho, el propio legislador invoca explícitamente este objetivo prioritario de la realización del mercado interior cuando aborda la actualización continua del Derecho de consumo. Así, por ejemplo, en la Exposición de Motivos de la reciente Ley 3/2014, de 27 de marzo, que modifica el TRLGDCU para adaptarlo a las exigencias de la Directiva 2011/83/UE sobre los derechos de los consumidores, se puede leer: «La directiva supone un nuevo impulso a la protección de los consumidores y usuarios europeos y a la consolidación de un mercado interior, dirigido a reforzar la seguridad jurídica, tanto de los consumidores y usuarios como de los empresarios, eliminando disparidades existentes en la legislación europea de los contratos de consumo que crean obstáculos significativos en el mercado interior».

Esta relación que apuntamos, de mutua exclusión en cualquier caso, entre los deberes de información y la ignorancia de la ley podría ser, como mucho, un efecto reflejo de la imposición de dichos deberes no buscado de

propósito por el legislador; no es una relación que intuitivamente se presente ante nuestros ojos como primera reflexión que se ocurre al jurista que se enfrenta al estudio de los citados deberes y del insorteable principio que aquí nos ocupa. De hecho, no deja de resultar curioso que la doctrina que se ha ocupado con mayor profundidad del estudio y análisis de los derechos-deberes de información no haya traído a colación —aun tangencialmente— una posible relación entre ellos y el principio de que la ignorancia de las leyes no excusa de su cumplimiento, ni siquiera en aquellos casos en los que se ha analizado la relación que existe entre el carácter imperativo para el empresario e irrenunciable para el consumidor de muchas de las normas que los imponen —por efecto principal del actual art. 10 TRLGDCU— y los diversos apartados del art. 6 CC, dejando de lado a su número 1. Tal es el caso, por ejemplo, de Cámara Lapuente (2011: 215 y 217-218) quien, al analizar las relaciones entre ambos preceptos, excluye de su consideración el apartado 1 del art. 6 CC, ciñendo su análisis a los números 2, 3 y 4 de la norma codicial. Y es que resulta un tanto forzado establecer una relación clara entre los derechos de los consumidores, en particular los concernientes a su información, y el principio de que la ignorancia de la ley no excusa de su cumplimiento. En cambio, sí resulta inmediatamente pertinente y obligado considerar —como hace este autor— las relaciones entre el artículo 10 del TRLGDCU y la exclusión voluntaria de la ley aplicable y los límites de admisibilidad de la renuncia de derechos (art. 6.2 CC), la nulidad de los actos contrarios a normas imperativas y prohibitivas (art. 6.3 CC) y el fraude de ley (art. 6.4 CC). Y tampoco sucede a la inversa: la doctrina que ha analizado el sentido, el alcance y la vigencia de la vieja máxima que impide alegar la ignorancia de las normas para excusarse de su inobservancia no hace tampoco mención de los deberes legales de información a los consumidores como instrumento para limitar el universo de casos en el que aquella podría tener que aplicarse. En efecto, puede

comprobarse que, entre otros, no aluden a esta cuestión García Rubio (2010: *passim*) ni Carrasco Perera (2013: *passim*).

Por el contrario, sí se evidencia enseguida la relación entre dichos deberes —impuestos singularmente y en su máxima expresión en el ámbito de los contratos privados de consumo— y el error de Derecho; la otra figura a que se refiere el art. 6.1.II CC y cuyo deslinde respecto de la ignorancia de la ley tan problemático y complejo se ha revelado a lo largo de los tiempos, al menos por lo que a nuestro ordenamiento jurídico se refiere. La influencia del error de Derecho en la formación incorrecta o viciada del consentimiento contractual sí que establece un perceptible puente de unión entre dicha institución y los deberes de información.

Tal vez la conclusión que se impone extraer de todo lo anterior sea que la relación entre los deberes de información y el principio de que la ignorancia de la ley no excusa de su cumplimiento —en los términos en que lo sienta el párrafo I del art. 6.1 CC— es tan obvia, pero a la vez tan forzada, que no merece la pena explorarla más allá de lo ya apuntado y que dicha relación sólo tiene enjundia e interés si se establece sobre la base de una discutida identificación entre las figuras de la ignorancia de la ley y el error de derecho. En otras palabras: si se acepta que quien yerra sobre el contenido, alcance o sentido de una norma, ignora la ley tanto como quien desconoce su existencia.

3. EL ERROR DE DERECHO COMO MANIFESTACIÓN DE LA IGNORANCIA DE LA LEY EN EL ÁMBITO DEL CONTRATO

3.1. LA (DISCUTIBLE) DISTINCIÓN ENTRE IGNORANCIA DE LA LEY Y ERROR DE DERECHO

En efecto, la controversia sobre si la ignorancia y el error de Derecho son una y la

misma cosa y, en caso de conclusión negativa, sobre cuáles sean los criterios que permiten su distinción y los efectos propios que de ella se derivan, no ha tenido una respuesta definitiva ni unívoca en la doctrina. Aunque es innegable que, como afirma García Rubio (20110: 62), la ignorancia de la ley y el error de Derecho están íntimamente conectados e históricamente han llegado a identificarse, no faltan voces que contradicen esta identificación o mutua interconexión entre el principio de que la ignorancia de la ley no excusa de su cumplimiento y el error de derecho (por todos, Oliva Blázquez, 2010: 95-203, especialmente, 95-100). Sin ánimo de terciar en tan complejo debate y con el único propósito de aclarar el sentido que aquí atribuiremos a cada uno de estos términos, partiremos de la base de reputar como ignorancia el absoluto desconocimiento de la existencia de una norma jurídica y como error de Derecho la inexacta representación respecto del contenido, sentido o alcance de aquella otra cuya existencia al menos se conoce.

Por lo que respecta a la incidencia de estas dos figuras en el ámbito del contrato, en el que también tienen su sede de operatividad los deberes de información al consumidor, cabe imaginar situaciones tanto de desconocimiento absoluto por parte de los sujetos de la existencia de determinadas normas —lo que hemos calificado como «ignorancia»— como de interpretación errónea de su contenido o alcance —lo que hemos denominado como «error de Derecho»—. En puridad, en el primer caso, el acatamiento de la regla contenida en el art. 6.1.I CC impondría la aplicación sin paliativos de las consecuencias jurídicas dispuestas por la norma ignorada; en el segundo caso, el efecto no debería ser en principio distinto, pues la norma no se cumple en sus propios términos. Sin embargo, es aquí donde podría entrar en juego la segunda proposición del art. 6.1 CC, siempre que el legislador haya querido específicamente otorgar relevancia al error padecido, relevancia que deberá traducirse además en la previsión de una determinada consecuencia para tal caso distinta de la consis-

tente en la pura aplicación de lo establecido en la norma sobre la cual recayó el error.

En la órbita contractual, este efecto distinto del que produciría la normal aplicación de la norma es la posibilidad de anular el contrato cuando el error padecido ha determinado la formación y la emisión de un consentimiento que no tiene la fuerza o la legitimidad suficiente como para sostener la arquitectura del contrato. Este efecto, previsto en el art. 1266 CC con carácter general para cuando el error padecido cumple con las exigencias que el propio precepto impone, permite contradecir el resultado a que conduciría la aplicación incondicionada de la regla de que la ignorancia de la ley no excusa de su cumplimiento y que no sería otro que la completa y exacta ejecución del contrato en sus propios términos, produciéndose en él los efectos que la norma ignorada disponga. En otras palabras: si el legislador no le hubiera querido dar al error padecido por uno o por ambos contratantes esta especial «relevancia», el resultado no sería otro que el obligado cumplimiento del contrato celebrado.

La doctrina entiende actualmente con carácter mayoritario que la ignorancia de la ley y el error de Derecho se mueven en órbitas distintas, ciñendo el ámbito de aplicación de este último al contrato —y a algunos otros negocios jurídicos derivados de la voluntad particular, como el testamento o los cuasicontratos, aunque también existen normas del Código Civil en las que se le otorga cierta relevancia como manifestación del principio de buena fe (al respecto, Oliva Blázquez, 2010: 430 y ss., 443 y ss. y 460 y ss.)— y en tanto en cuanto se presente bajo la forma de error-vicio del consentimiento contractual.

En este sentido, Oliva Blázquez (2010: 192 y ss.) acoge la tesis de que la ignorancia de la ley y el error de Derecho gravitan en órbitas diferentes, puesto que este último tendría su ámbito de aplicación en los contratos y actos jurídicos privados que se basan o nacen del consentimiento de los particulares y en los que el error de Derecho padecido por quien emi-

te su declaración de voluntad —una voluntad formada de modo determinante sobre la base de dicho error— puede producir su ineficacia jurídica. Concluye este autor que quien invoca su propio error sufrido «no pretende ampararse detrás de su ignorancia para esquivar una regla, sino que se limita a declarar que por su ignorancia o equívoca interpretación ha otorgado un determinado consentimiento» (Oliva Blázquez, 2010: 196-197) y recurre a la autoridad de Stolfi para añadir que el reconocimiento de la fuerza eximente del *error iuris* permite al errado proteger la libertad de su consentimiento amparándose en el remedio que para ello le ofrece el legislador «y no para burlar la norma» (*ibid.*). Sin embargo, a nuestro juicio, hay en este planteamiento una petición de principio porque, evidentemente, el que invoca el error *sí* que pretende zafarse de la aplicación de una regla, las reglas que derivan del acto o contrato celebrado y nacido de su voluntad o de la confluencia de esta con la del otro contratante y que el *errans* pretende dejar sin efecto con base en el error padecido. Lo que ocurre es que quizá el orden público no se ve tan amenazado si se otorga relevancia al error determinante del consentimiento en el ámbito de un acto o contrato cuya trascendencia es meramente particular, a diferencia de lo que sucede con la norma de Derecho público, donde encuentran su salvaguardia los intereses generales o con una clara o mayor trascendencia para la comunidad.

3.2. ES IRRELEVANTE QUE EL CONSENTIMIENTO CONTRACTUAL SE VEA VICIADO POR UN ERROR DE HECHO O DE DERECHO

También en el plano de la trascendencia que puede revestir la distinción de conceptos jurídicos, concluye la doctrina —*cf.* por todos, Oliva Blázquez (2010: 34-52)— que carece de toda relevancia en este campo la distinción entre error de hecho y de Derecho, dado que cualquiera de los dos es susceptible de afectar

a la correcta formación del consentimiento y ambos conducirían al mismo resultado: la posibilidad de ejercitar la acción de anulabilidad *ex art. 1301 CC* con base en el consentimiento viciado por error.

Sin perjuicio de que en otros supuestos pudiera cuestionarse esta indiferencia de la calificación del error como de hecho o de Derecho, por lo que aquí interesa puede aceptarse que cuando el adquirente de un bien o servicio está equivocado acerca de las cualidades jurídicas de la cosa —supuesto que para algunos constituye un error de hecho— sufre un error que no difiere grandemente del que padece cuando su equívoco recae sobre el régimen jurídico del contrato —supuesto que unánimemente se considera como de error de Derecho—. En este sentido, Asúa González (2013: 361 y ss.) conceptúa como error de Derecho la falsa representación sobre la existencia, contenido, interpretación o aplicación de las normas, y concluye que cuando se proyectan sobre el objeto del contrato —en particular, de la compraventa, que es el que la autora contempla— constituyen casos de error-vicio. De modo que es lógico que ambos errores puedan conducir al mismo resultado: la ineficacia del consentimiento por ellos determinado y, por tanto, del contrato surgido de esa viciada voluntad. Según señala esta autora (2013: 362), la jurisprudencia no se cuestiona una clasificación o distinción que viene así a resultar irrelevante y, como resume Marín López (2013: 347), las resoluciones judiciales concluyen que extremos como «la titularidad del bien del transmitente, la edificabilidad de los solares vendidos y la habitabilidad de las viviendas enajenadas pertenecen a la sustancia de la cosa, por lo que cabe el error que anula el contrato».

Admitidas, pues, las premisas anteriores —a saber: 1. que es posible partir de la identificación entre ignorancia de la ley y error de Derecho; 2. que el error de Derecho se traduce en el ámbito contractual en error-vicio del consentimiento; y 3. que es estéril cuestionarse una distinción a estos efectos entre error de Derecho y de hecho, desde el momento en

que ambos conducirán al mismo resultado—, cabe concluir que el efecto de la ignorancia de los deberes de información en el ámbito de la contratación con consumidores será la anulabilidad del negocio jurídico por error en el consentimiento del consumidor o usuario que puede concurrir, en su caso, con la anulabilidad del propio contrato por dolo del empresario que, con el ánimo de inducir a la contratación, oculta o distorsiona al consumidor o usuario una información relevante que con base en alguna norma jurídica debería haber proporcionado a este.

Para finalizar, desde una perspectiva más amplia de la cuestión y al margen de la relación remota que puede establecerse con el principio de que la ignorancia de la ley no exime de su cumplimiento, conviene advertir de que, además de la anulabilidad del contrato por error-vicio o dolo, el incumplimiento de los deberes de información es susceptible de provocar toda una serie de consecuencias jurídico-civiles diversas tales como la integración en el contrato de la información omitida en la fase precontractual, la remisión a las normas generales en materia de nulidad del contrato, la resolución de este o el alargamiento de los plazos de ejercicio del derecho de desistimiento cuando se omitió la información contractual preceptiva y relevante, consecuencias a las que podrían en su caso unirse otras propias del ámbito administrativo, mercantil o penal. Pero el análisis de las distintas consecuencias jurídicas del incumplimiento de los deberes de información puestos a cargo de los empresarios excede del objeto de estas páginas.

4. REFLEXIÓN FINAL

En el célebre discurso de Joaquín Costa que puso el germen del Coloquio que mantuvimos civilistas y filósofos del Derecho el 26 de septiembre en Zaragoza, se preguntaba el afamado jurista qué diría Sancho de Moncada —que se escandalizaba de que en el siglo XVII

hubiera más de 5000 leyes— si supiera que a principios del siglo XX se habían multiplicado por más de cinco las que existían cuando el reputado economista lanzaba sus invectivas contra el principio de que la ignorancia de la ley no excusa de su cumplimiento. Sumándose a su indignación, ofrecía Costa y Martínez (s.f.: 17-18) un retrato de la complejidad de su época que no ha perdido vigencia hoy día, y se preguntaba: «¿qué diría [Sancho de Moncada] en el nuestro, en que las leyes abultan por lo menos cinco veces lo que abultaban entonces, y en que el tiempo para estudiarlas es menor, porque la vida moderna lleva consigo distracciones perentorias é ineludibles en número infinitamente mayor que la vida tranquila y reposada de aquella edad, sin estas cosas «odiosas» que se llaman el correo diario [¿endemoniado le parecería el correo electrónico!], el telégrafo, el teléfono, el periódico, la revista, el ferrocarril, el tranvía, el balneario, la Exposición, el Ateneo, el partido, el Parlamento, *la crisis, el meeting, la* catarata de los discursos desatada por todas partes, el griterío ensordecedor de la prensa, la rotativa vomitando libros al minuto, el *go ahead* de la fábrica y de la Bolsa, que mantienen el sistema nervioso en vibración constante, fuera de sí, lindero al manicomio é imposibilitado para atender seriamente á cosa alguna?»

Esta complejidad de la sociedad y de la vida se refleja, obviamente, en el Derecho, que siempre va un paso por detrás de los problemas que surgen en la práctica y, en este sentido, el Derecho del consumo, con la proliferación de Directivas comunitarias que impulsan la aprobación de normas nacionales de transposición que se superponen, se solapan y en ocasiones hasta se contradicen, no es una excepción.

Pero si los ciudadanos no están amparados ante la imposibilidad de conocer las leyes y no tienen un refugio jurídico tampoco cuando, aun conociéndolas, yerran en su sentido o interpretación, menos excusa han de tener los legisladores para no incrementar el pozo de su ignorancia ni dificultar su entendimiento. Ellos tienen la responsabilidad última de crear el Derecho de forma coherente, de pulirlo para construir un sistema armónico y comprensible y de poner cuidado en no dejar problemas vacíos de respuesta cuando eliminan las normas que consideran innecesarias u obsoletas.

En materia de Consumo, hay mucho camino por recorrer; no siempre más legislación es sinónimo de mayor ni mejor protección. Imponer grandilocuentemente obligaciones sin establecer con claridad la sanción por su incumplimiento y pregonar derechos sin diseñar mecanismos con rigor técnico que los hagan eficaces y que permitan a los ciudadanos confiar en su utilidad hace un flaco favor a la seguridad jurídica y en nada sirve a la justicia.

Costa podría afirmar que los deberes de información al consumidor surgen como «remedios preservativos para atajar las causas que producen y levantan tales pleytos [*sic*]», los conflictos que genera la asimetría de conocimiento entre el empresario y el consumidor sobre los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado, pero la prisa y la acítica reflexión con que en muchos casos se legisla hoy en día confirma la sentencia a la que se suma el jurista: «la experiencia enseña que los pleytos [*sic*] se van de cada día multiplicando». (Las frases entrecomilladas las atribuye Costa y Martínez (s.f.:38) al Dr. Cerdán de Tallada, Caballero del Consejo de Su Majestad, en los primeros años del siglo XVII).

BIBLIOGRAFÍA

ASÚA GONZÁLEZ, Clara Isabel (2013): «Capítulo 29. Tipología de errores en la compraventa», en A. F. Carrasco Perera (dir.), *Tratado de la Compraventa. Homenaje al profesor Rodrigo Bercovitz*, T. I, Cizur Menor: Thomson Reuters-Aranzadi, 361-368.

- CÁMARA LAPUENTE, Sergio (2011): «Comentario al art. 10 TRLGDCU», en C. Cámara Lapuente (dir.), *Comentarios a las normas de protección de los consumidores*, Madrid: Colex, 214-231.
- CARRASCO PERERA, Ángel Francisco (2013): «Comentario del art. 6 CC», en R. Bercovitz Rodríguez-Cano (dir.), *Comentarios al Código Civil*, T. I., Valencia: Tirant lo Blanch, 141-169.
- COSTA y MARTÍNEZ, Joaquín (s.f.): *El problema de la ignorancia del Derecho y sus relaciones con el status individual, el referéndum y la costumbre*, Barcelona: Manuel Soler Editor.
- GARCÍA RUBIO, María Paz (2010): «Comentario del art. 6 CC» en A. Domínguez Duelmo (dir.), *Comentarios al Código Civil*, Valladolid: Lex Nova, 62-68.
- GARCÍA VICENTE, José Ramón (2013) «§ 10. La contratación con consumidores», en R. Bercovitz Rodríguez-Cano, *Tratado de Contratos*, T. II, 2ª edición, Valencia: Tirant lo Blanch, págs. 1629-1790.
- MARÍN LÓPEZ, Manuel Jesús (2013): «IV. Vicios del consentimiento. Presentación», en A. F. Carrasco Perera (dir.), *Tratado de la Compraventa. Homenaje al profesor Rodrigo Bercovitz*, T. I, Cizur Menor: Thomson Reuters-Aranzadi, 347.
- OLIVA BLÁZQUEZ, Francisco (2010): *El error iuris en el Derecho Civil*, Madrid: Consejo General del Notariado.
- PARRA LUCÁN, María Ángeles (2011): «Comentario al art. 17 TRLGDCU», en S. Cámara Lapuente (dir.), *Comentarios a las normas de protección de los consumidores*, Madrid: Colex, 258-263.
- PRATS ALBENTOSA, Lorenzo (2014): «La información precontractual como deber del oferente y derecho del consumidor», en *El Notario del Siglo XXI, Revista del Ilustre Colegio Notarial de Madrid*, nº 56: julio-agosto. [En línea], <www.elnotario.es/index.php/opinion/opinion/3814-la-informacion-precontractual-como-deber-del-oferente-y-derecho-del-consumidor>.
- RODRÍGUEZ MORATA, Federico A. (2009): «Comentario del art. 6 CC», en R. Bercovitz Rodríguez-Cano (coord.), *Comentarios al Código Civil*, Cizur Menor: Thomson Reuters Aranzadi, 60-64.