

CÓDIGO DE DEFESA DO CONSUMIDOR: REFLEXÕES ACERCA DE SUA IMPORTÂNCIA NA SOCIEDADE BRASILEIRA

Amanda Xavier Pereira

Graduanda em Direito,
Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

Gisléia Fernandes de Sena

Advogada; Mestre – UNIVEM;
Docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

RESUMO

O presente artigo visa abordar a importância do código de defesa do consumidor na sociedade Brasileira, tendo em vista que a referida Lei foi idealizada pela Constituição Federal de 1988 e sua promulgação fortalece os ditames do Estado Democrático de Direito. Desta forma, o estudo procurará demonstrar na parte histórica o surgimento da proteção do consumidor, uma vez que, nesta época era perceptível a vulnerabilidade perante o fornecedor numa relação jurídica de consumo. Pretende-se ainda esclarecer as diferenças entre fornecedor, consumidor, produto e serviço, recorrendo para tanto, conceitos e princípios básicos do direito do consumidor. Enfim, procurará trabalhar o tema de modo a intensificar sua importância dentro do mundo jurídico.

PALAVRAS-CHAVE: direito do consumidor; características principais do CDC; Constituição Federal de 1988.

1 INTRODUÇÃO

Diante das diversidades constatadas entre fornecedor e consumidor, a sociedade sentiu uma necessidade de criação de Leis que protegessem o consumidor, bem como da criação de um órgão especializado naquele que se considera o mais fraco em uma relação de consumo.

No contexto histórico, essa necessidade teve seus primeiros traços formados, ainda que de forma precária, a partir da revolução industrial, que trouxe o aumento de população nos grandes centros urbanos, ocasionando uma procura de produtos e serviços. Mas seu marco inicial foi pós segunda guerra mundial, onde a legislação da época não era suficiente para reger esse novo modo de produção. Começou a revelar-se regimentos para essa nova sociedade de consumo.

Essa proteção ao consumidor surgiu primeiramente em países desenvolvidos, como o EUA e a Europa. No Brasil o nascimento da proteção voltada ao consumidor se deu entre os anos 1960 e 1970, até que em 1976 surgiu pelo

Governo do estado de São Paulo o Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor - PROCON.

O Código de Defesa do Consumidor (CDC) foi promulgado em 1990, a lei 8078 entrando em vigor em 11 de março de 1991, trazendo em seu bojo a proteção adequada ao consumidor. Anteriormente esses problemas eram fundamentados pelo Código Civil.

O presente artigo traz também os direito, princípios básicos e características principais do Código de Defesa do Consumidor, com o intuito de facilitar a compreensão do nosso código.

Para entender melhor o cuidado com o consumidor na correlação de consumo, é indispensável o conhecimento de todas as partes participantes, da relação jurídica consumerista, que são: (i) consumidor (a própria legislação conceitua no seu art. 2º, caput, do CDC, "Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final"); (ii) fornecedor (a legislação apresenta no seu art. 3º do CDC. "Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços"); (iii) produto (a legislação expõe no parágrafo 1º do art. 3º, CDC, "Produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial") e (iv) serviço (está conceituado no parágrafo 2º do artigo 3º do nosso CDC. "Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista").

Conforme se verá através da presente pesquisa, todos esses conceitos são oferecido por nosso Código de Defesa do Consumidor, lei 8078/1990, conceitos esses que são imprescindíveis para aplicação com eficácia da proteção daqueles que assim o necessitam.

2 DIREITO DO CONSUMIDOR

2.1 Partes Históricas

De acordo com a evolução histórica o direito do consumidor nasceu a partir da revolução industrial, com isso o aumento da população nos grandes centros urbanos, trazendo uma procura de produtos e serviços. Veio com grande força pós

segunda guerra mundial (revolução tecnológica), onde a legislação da época não era suficiente para regulamentar esse novo modo de produção. Eis que começou surgir regulamentando essa nova sociedade de consumo, pautando na fraqueza do consumidor.

“O direito do consumidor foi criado para tentar acabar com as desigualdades surgidas nas relações de consumo pela revolução industrial, revolução essa que aumentou substancialmente a capacidade produtiva do ser humano, bem como, mecanismos de produção e distribuição dos bens criados” (CAVALIERI FILHO, 2007).

Essa atividade de proteção ao consumidor deu início aos países desenvolvidos.

“Um dos primeiros instrumentos de que se tem conhecimento em relação à tutela do consumidor foi o Código de Hamurabi, que, por meio das Leis 233 e 234, protegia o consumidor nos casos de serviços deficientes. [...] Em 1962, com a mensagem do Presidente Kennedy ao Congresso dos EUA, conhecida como “Declaração dos Direitos Essenciais do Consumidor”, pela qual se elencavam os quatro direitos básicos, é que se consolidou a idéia de sua tutela. Já na década de 70, foi a vez de a Europa manifestar-se sobre o assunto, principalmente, pelo Conselho da Europa, em 1973, e da Comunidade Econômica Européia, em 1975. Na mesma época, a Comissão de Direitos Humanos das Organizações das Nações Unidas (ONU), na 29ª sessão, reconheceu como direitos fundamentais e universais do consumidor, aqueles contidos na Declaração dos Direitos Essenciais do Consumidor dos Estados Unidos” (FARIA, 2007).

No Brasil conforme mencionado, o nascimento do primeiro órgão de proteção ao consumidor, surgiu em 1976, instituído pelo governo do estado de São Paulo o Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor, conhecido como PROCON. Desde esta criação outros estados foram partilhando atitudes semelhantes. É importante citar o decreto nº 91.469, de 24 de julho de 1985, CNDC - Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, este ligado ao Ministério da Justiça.

De forma, a unificar a legislação dos Estados, e assim promover a defesa do consumidor para todo o país, o Código de Defesa do Consumidor foi promulgado em 1990, através da Lei 8.078, que entrou em vigor em 11 de março de 1991. Anteriormente problemas relacionados entre consumidores e fornecedores de bens e serviços eram fundamentados pelo Código Civil, o que certamente acarretava diversos prejuízos para as partes mais fracas, denominadas de hipossuficientes, já que embora eram tratadas com igualdade sob a égide da Lei Civil, sabe-se que esse tratamento causou diversas injustiças, por razões óbvias.

Assim, tal direito funciona também para prover a carência do Direito Civil, preencher falhas jurídicas quando se trata em relação de consumo operando o

Código Civil. Bloqueando uma adequada proteção do consumidor frente os fornecedores de produção e serviço.

Art. 5º, XXXII, CF. O Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor;

“Sua inserção entre os direitos fundamentais, com o que se origem os consumidores á categoria de titulares de direitos constitucionais fundamentais. Conjugue-se isso com a consideração do art.170, V, que eleva a defesa do consumidor á condição de princípio da ordem econômica. Tudo somando, tem-se o relevante efeito de legitimar todas as medidas de intervenção estatal necessárias a assegurar a proteção prevista. Isso naturalmente abre larga brecha na economia de mercado, que se esteia, em boa parte, na liberdade de consumo, que é a outra face da liberdade do tráfico mercantil fundada na pretensa lei da oferta e da procura” (SILVA, 2014, p. 265).

Portanto, não resta duvidas que a promulgação do Código de Defesa do Consumidor, foi um marco na história da relação de consumo. Pois antes de sua promulgação as relações entre consumidores e fornecedores de bens e serviços eram tratadas pelo Código Civil, com isso as mais fracas sempre acabavam em prejuízos.

Com o CDC em vigor trouxe uma orientação para as partes, aplicando o que é justo.

3 DIREITOS BÁSICOS DO CONSUMIDOR E PRINCÍPIOS BÁSICOS DO CDC

Este tópico visa especificar os direitos e princípios básicos do CDC, trazendo seus conceitos, buscando expor de forma direta quais são os princípios essenciais para o consumidor, como mostrado a seguir: (A) Princípio da dignidade da pessoa humana, ou seja, quando o fornecedor coloca um produto no mercado de consumo ou presta um serviço, ele deve prezar pela dignidade dos consumidores; (B) Princípio á proteção á vida, saúde e segurança, o fornecedor deve prezar pela proteção do consumidor, (ex. quando houver produtos nocivos, a informação deve ser precisa e a nocividade deve estar dentro dos limites do razoável); (C) Princípio da transparência, dever de informar, não só no tocante das características e qualidade, mas também as cláusulas contratuais; (D) Princípio da harmonia, é a boa- fé objetiva e equilíbrio; (E) Princípio da vulnerabilidade, o consumidor é a parte mais fraca da relação jurídica de consumo, tanto nos aspectos técnico, econômico, jurídico ou científico. A vulnerabilidade da pessoa física é presumida, já da pessoa

jurídica tem que ser comprovada diante caso concreto; (F) Princípio da conservação dos contratos, não é um código arbitrário, quando houver uma cláusula abusiva nula de pleno direito, pode ocorrer a retirada do contrato; (G) Princípio da responsabilidade solidária, se mais de uma contribuir para causação do dano todos respondem de forma solidária. Parágrafo único, Art. 7º, CDC, tendo mais de um autor a ofensa, todos responderão solidariamente pela reparação dos danos previstos nas normas de consumo. Art. 25, § 1º Havendo mais de um responsável pela causação do dano, todos responderão solidariamente pela reparação prevista nesta e nas seções anteriores e (H) Princípio da inversão do ônus da prova, Art. 6º, VIII, CDC, à facilitação da defesa de seus direitos, inclusive com a inversão do ônus da prova, a seu favor, no processo civil, quando, a critério do juiz, for verossímil a alegação ou quando for ele hipossuficiente, segundo as regras ordinárias de experiências.

A lei ao caminhar junto com esses princípios se torna mais forte, pois traz algumas obrigações e direitos que o consumidor tem. Um exemplo é a dignidade da pessoa humana, ou seja, o fornecedor ao colocar algum produto a venda ou prestar algum serviço ele deve prezar pela dignidade dos consumidores.

3.1 Características Principais do CDC

O presente tópico traz as três características principais importantes para podermos entender como funciona o CDC, que são (a) o CDC é um microsistema multidisciplinar, ou seja, no seu "corpo" tem regras de outro ramo do direito como direito constitucional (dignidade da pessoa humana), civil (responsabilidade civil do fornecedor), processo civil (inversão do ônus da prova), como também o código penal e administrativo; (b) é uma lei principiológica, onde visa reequilibrar uma relação jurídica tão desigual, (disposições básicas fundamentais, prerrogativa ao consumidor) e (c) O CDC traz normas de ordem pública e interesses sociais não podem ser derogados pela vontade das partes.

3.1.1 Consumidor

A conceituação do que venha a ser consumidor é extraída da própria Lei, já que em seu art. 2º, caput, do CDC, "Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final" (LEI Nº 8.078, DE 11 DE SETEMBRO DE 1990.)

Na visão de BULGARELLI (apud ALMEIDA, 2008, p. 39).

“Consumidor é “aquele que se encontra numa situação de usar ou consumir, estabelecendo-se, por isso, uma relação atual ou potencial, fática sem dúvida, porém a que se deve dar uma valorização jurídica, a fim de protegê-lo, quer evitando quer reparando os danos sofridos”.

Para SIDOU (apud ALMEIDA, 2008, p.39).

“Consumidor é qualquer pessoa, natural ou jurídica, que contrata, para sua utilização, a aquisição de mercadoria ou a prestação de serviço, independentemente do modo de manifestação de vontade; isto é, sem forma especial, salvo quando a lei expressamente a exigir.”

De acordo com o CDC, a expressão “Destinatário final” não ficou tão simples de se entender, com isso três teorias foram analisadas de acordo com a doutrina e jurisprudência, são elas: finalista pura, maximalista e finalista mitigada.

Teoria finalista pura trata-se de que consumidor é aquele destinatário fático e econômico do produto, ou seja, aquele que compra para uso próprio ou para sua família.

“Quem adquire no mercado de consumo o produto ou serviço; aquele em razão de quem é interrompido a cadeia de produção e circulação de certos bens e serviços, para usufruir ele mesmos, ou terceiro a quem os ceda, das respectivas funções, de modo não profissional (destinatário final econômico) (SILVA, 2008, p. 8).”

Teoria maximalista trata-se de que é consumidor a pessoa que dá a destinação fática do produto, ou seja, basta que a pessoa adquira ou utilize um serviço não importa a destinação que ela vai dar ao produto.

“Teoria finalista aprofundada ou mitigada criada amplia o conceito de consumidor incluindo todo aquele que possua vulnerabilidade em face do fornecedor. Decorre da mitigação dos rigores da teoria finalista para autorizar a incidência do CDC nas hipóteses em que a parte, pessoa física ou jurídica, embora não seja tecnicamente a destinatária final do produto ou serviço, se apresenta em situação de vulnerabilidade. Assim, o conceito-chave no finalismo aprofundado é a presunção de vulnerabilidade, ou seja, uma situação permanente ou provisória, individual ou coletiva, que fragiliza e enfraquece o sujeito de direitos, desequilibrando a relação de consumo” (BRITO, 2013, pag. 129).

Com isso, a doutrina e jurisprudência conceituam essas três teorias para melhor distinguir o que é consumidor, quem tem o amparo do Código de Defesa do Consumidor.

3.1.2 Consumidor por Equiparação

A lei 8078/90 traz no seu artigo Art. 2º, Parágrafo único. Equipara-se o consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

Art. 17. Para os efeitos desta Seção, equiparam-se aos consumidores todas as vítimas do evento.

Art. 29. Para os fins deste Capítulo e do seguinte, equiparam-se aos consumidores todas as pessoas determináveis ou não, expostas às práticas nele previstas.

3.1.3 Fornecedor

Art. 3º, CDC. Fornecedor é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.

“Só estariam excluídos do conceito de fornecedor aqueles que exerçam ou pratiquem transações típicas de direito privado e sem o caráter de profissão ou atividade, como a compra e venda de imóvel entre pessoas físicas particulares, por acerto direito e sem qualquer influência de publicidade [...] Fornecedor é não apenas quem produz ou fabrica, industrial ou artesanalmente, em estabelecimentos industriais centralizados ou não, como também quem vende, ou seja, comercializa produtos nos milhares e milhões de pontos de venda espalhados por todo o território [...] Fornecedor, que pode ser o fabricante originário ou o comerciante, bastando que faça disso sua profissão ou atividade principal. (ALMEIDA, 2008, pag. 45, 6 ed.).”

Portanto, como já visto a própria legislação traz em seu art. 3º, os requisitos fundamentais para ser considerado um fornecedor, ou seja, para ser fornecedor de produto ou serviço é preciso fazer de formal habitual com remuneração e com profissionalismo.

3.1.4 Produto

A definição de produto também está inserida na própria legislação consumerista e traz em seu § 1º do art. 3º, CDC, Segundo este artigo, produto é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.

Móvel e imóvel é o mesmo sentido que traz o direito civil. Bem durável e não durável a própria lei traz no seu artigo 26, incisos I e II.

Produto durável é aquele leva tempo para se desgastar, mas não quer dizer que o produto é eterno.

“É compreensível que qualquer produto durável acabe, com o tempo, perdendo sua função, isto é, deixe de atender à finalidade à qual se destina ou, pelo menos, tenha diminuída sua capacidade de funcionamento, sua eficiência. Por exemplo, o tubo do aparelho do televisor não funciona mais ou, então, as imagens transmitidas pelo tubo têm cores fracas. Nesses casos de desgaste natural não se pode nem se falará em vício do produto” (NUNES, 2012, p.141).

Não durável é aquele que acaba com o uso, o, um exemplo típico são os alimentos, os remédios. Temos também o chamado produto gratuito ou “amostra grátis” que o código de defesa do consumidor traz no parágrafo único do artigo 39, Os serviços prestados e os produtos remetidos ou entregues ao consumidor, na hipótese prevista no inciso III, equiparam-se às amostras grátis, inexistindo obrigação de pagamento. “Refira-se que o produto entregue como amostra grátis está submetido a todas as exigências legais de qualidade, garantia, durabilidade, proteção contra vícios, defeitos etc.” (NUNES, 2012, p. 144).

3.1.5 Serviço

Está conceituado no parágrafo 2º do artigo 3º do nosso Código de Defesa do Consumidor. “Serviço é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista”.

“Legislador foi precavido, em especial, no caso, preocupado com que os bancos, financeiras e empresas de seguro conseguissem, de alguma forma, escapar do âmbito de aplicação do CDC [...] Em 2004 o Superior Tribunal de Justiça teve que editar a súmula 297, com o seguinte teor: “O Código de Defesa do Consumidor é aplicável às instituições financeiras” (NUNES, 2012, p.144-145).

Portanto, serviço é uma atividade que tem finalidade. Tendo os serviços duráveis são os que têm continuidade, como por exemplo, planos de saúde, já os serviços não duráveis são aqueles prestados apenas uma vez, por exemplo, serviço de hospedagem, esta divisão encontra-se no art. 26, I e II, do CDC.

“Serviços não duráveis serão aqueles que, de fato, exercem-se uma vez prestados, tais como, por exemplo, os serviços de transporte, de diversões públicas, de hospedagem etc. Serviços duráveis serão aqueles que: a) tiverem continuidade no tempo em decorrência de uma estipulação contratual. São exemplos a prestação dos serviços escolares, os chamados

planos de saúde etc., bem como todo e qualquer serviço que no contrato seja estabelecido como contínuo” (NUNES, 2012, p. 149).

No parágrafo 2º do artigo 3º exclui os serviços do tipo trabalhista, pois o que se trata nesse âmbito é diferente das relações de consumo. Quando a lei trata-se de remuneração não significa que algo foi cobrado, mas sim que haja qualquer tipo de cobrança sendo de forma direta ou indireta.

“Para estar diante de um serviço prestado sem remuneração, será necessário que, de fato, o prestador do serviço não tenha, de maneira alguma, se ressarcido de seus custos, ou que, em função da natureza da prestação do serviço, não tenha cobrado o preço. Por exemplo, o médico que atenda uma pessoa que está passando mal na rua e nada cobre por isso enquadra-se na hipótese legal de não recebimento de remuneração. Já o estacionamento de um shopping, no qual não se cobre pela guarda do veículo, disfarça o custo, que é cobrado de forma embutida no preço das mercadorias” (NUNES, 2012, p. 151).

De acordo com o referido artigo citado acima, serviço é uma atividade que tem finalidade, fornecida mediante renumeração.

Art. 22, CDC, Os órgãos públicos, por si ou suas empresas, concessionárias, permissionárias ou sob qualquer outra forma de empreendimento, são obrigados a fornecer serviços adequados, eficientes, seguros e, quanto aos essenciais, contínuos.

Presente artigo refere-se serviços públicos e serviços privados, que estão expressos no CDC.

Serviço público aplica-se o CDC são os remunerados por tarifas, pois tem natureza de preço público, posição que prevalece no Superior Tribunal de Justiça. Uma vez que o consumidor tem facultatividade de contratar ou não o serviço, alguns exemplos desse serviço: Telefonia e energia.

O serviço de água e esgoto o Supremo Tribunal Federal entende que é um serviço remunerado por tarifas, por tanto com natureza de preço público, aplicando-se o Código de Defesa do Consumidor. Um ótimo exemplo é o parágrafo único do art. 42 da referida lei.

Parágrafo único. O consumidor cobrado em quantia indevida tem direito à repetição do indébito, por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais, salvo hipótese de engano justificável.

“[...] Há prestadores de serviços públicos que lutam na Justiça “fundamentada” no argumento de que não estão submetidos às regras da

Lei n. 8.078/90. Para ficar só com um exemplo, veja-se o caso da decisão da 3ª Câmara Civil do Tribunal de Justiça de São Paulo no agravo de instrumento interposto pela Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo — Sabesp. Nas razões do recurso do feito, que envolve a discussão a respeito de valores cobrados pelo fornecimento de água e esgoto (que o consumidor alega foram cobrados exorbitantemente), a empresa fornecedora fundamenta sua resignação “na não subordinação da relação jurídica subjacente àquela legislação especial (o CDC)”. O Tribunal, de maneira acertada, rejeitou a resistência da Sabesp: “indiscutível que a situação versada, mesmo envolvendo prestação de serviços públicos, se insere no conceito de relação jurídica de consumo. Resulta evidente subordinar-se ela, portanto ao sistema do Código de Defesa do Consumidor” (NUNES, 2012, p. 152).

Já os serviços de taxas não incidem o CDC, pois é uma relação jurídica tributária, uma das suas características é sua definição de tributos em que há obrigatoriedade, o serviço está à disposição dos contribuintes (ex. saúde).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve objetivo de esclarecer a importância da proteção do consumidor na aquisição de bens ou serviços, baseando-se no CDC, lei 8078, de 1990.

Mérito este conquistado através de revoluções históricas, aonde a necessidade de uma normatização que viesse proteger o consumidor foi constatada.

A pesquisa ainda teve o condão de trazer os conceitos básicos que regem a necessidade de entender quem são as partes da relação no direito do consumidor, bem como o que é bens, produtos e serviços, já que a compreensão desses conceitos é de suma importância para a interpretação do Código de Defesa do Consumidor, além de alertar aos cidadãos a importância de seus direitos e de preservá-lo do seu oponente, o fornecedor.

Conclui-se através desta pesquisa que o Código de Defesa do Consumidor foi um grande alcance, pois um olhar para trás, constata-se tantas conquistas e evolução para a sociedade.

Nós cidadãos precisamos ir a fundo e conhecer essa conquista para e exigir sua aplicabilidade, ou seja, não pode ficar em papel, caso contrário, será lei morta. Com isso os consumidores terão conhecimento de seus direitos e também de suas obrigações, fazendo com que o código seja usado de modo correto, dessa forma não condescender que sejam lesados.

E que os fornecedores honrem a lei, pois se honrar de verdade teremos a constituição federal cumprida nos moldes que ela foi idealizada.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, João Batista de. A proteção jurídica de consumidor. 6. Ed. São Paulo: Saraiva. 2008.

BRASIL. Lei nº 94.508, de 23 de junho de 1987. Cria o conselho nacional de defesa do consumidor e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1980-1989/1985-987/D94508impressao.htm>. Acesso em 30/06/2016

NUNES, Rizzato. Curso de direito do consumido. 7. ed. São Paulo: Saraiva. 2012.

———. Curso de direito do consumido. 10. Ed. São Paulo: Saraiva. 2014

PINHEIRO, Camila; CORDEIRO, Débora Simone Bezerra. Proteção ao consumidor como garantia fundamental constitucional. Ceará. 2014. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/31519/protecao-ao-consumidor-como-garantia-fundamental-constitucional>> acesso em 30/06/2016

SILVA, José Afonso da. Curso de direito constitucional positivo. 38. Ed. rev. atual. até a Emenda Constitucional, n. 84, de 2.12.214. São Paulo: Malheiros. 2014