

PRINCIPAIS PRERROGATIVAS PROCESSUAIS DO CONSUMIDOR

DANIEL KAZUO GONÇALVES FUJINO

Docente do Curso de Graduação em Direito da UNILAGO
Especialista pela Universidade Presbiteriana Mackenzie

MARIA VITÓRIA BARROS VAZ

Discente do Curso de Graduação em Direito da UNILAGO

Resumo: O presente artigo tem como objetivo analisar processos envolvendo matérias sujeitas à aplicação da Lei nº 8.078/90 - Código de Defesa do Consumidor - e as principais prerrogativas processuais do consumidor, com a dissertação prévia do aspecto histórico das medidas visando à proteção ao consumidor, bem como o conceito de consumidor e fornecedor e os princípios atinentes a esta relação.

Palavras-chave: Lei nº 8.078/90. Prerrogativas processuais. Consumidor.

1 Origem histórica do direito do consumidor

O Código de Defesa do Consumidor é uma norma de ordem pública e interesse social, reconhecido como modelo na proteção dos consumidores, inclusive internacionalmente, além disso, é válido destacar que foi produzido através de um comando contido no Ato das Disposições Constitucionais Transitórias (ADCT), posto que em seu artigo 48, assim determinou: “O Congresso Nacional, dentro de

cento e vinte dias da promulgação da Constituição, elaborará o Código de Defesa do Consumidor”. (BRASIL, Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, 1.988).

O aparecimento da proteção ao consumidor no Brasil surgiu com as consequências advindas do processo de industrialização que ocorreram entre 1.960 e 1.970. Seis anos depois, ou seja, em 1.976, a Associação de Proteção ao Consumidor de Porto Alegre (APC), a Associação de Defesa e Orientação do Consumidor de Curitiba (ADOC) e o Grupo Executivo de Proteção ao Consumidor (atual Fundação Procon São Paulo) foram fundadas, de modo que solidificou, ainda mais, a proteção aqueles que são considerados consumidores e frágeis diante de uma relação jurídica consumerista.

Posteriormente com a redemocratização do País e da recessão econômica, houve o crescimento do Movimento Consumerista, com a inclusão do tema da defesa do consumidor na Assembléia Nacional Constituinte. Assim, em 1.985, foi criado o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor, por meio do Decreto nº 91.469, de 24 de julho de 1.985, que teve como objetivo a elaboração de políticas de defesa do consumidor, mediante o desenvolvimento de propostas na Assembléia Constituinte e difusão da importância da defesa do consumidor no Brasil, ajudando inclusive na criação de uma Política Nacional de Defesa do Consumidor.

Finalmente, em 1.988, com o advento da Constituição Federal, chamada Constituição Cidadã, foi concretizada a proteção do consumidor como direito fundamental, definindo isto como um

princípio da ordem econômica, conforme estabelece os arts. 5º, XXXII, e 170, V:

Art. 5º. Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:

(...)

XXXII - o Estado promoverá, na forma da lei, a defesa do consumidor

Art. 170. A ordem econômica, fundada na valorização do trabalho humano e na livre iniciativa, tem por fim assegurar a todos existência digna, conforme os ditames da justiça social, observados os seguintes princípios:

(...)

V - defesa do consumidor; (BRASIL, Constituição Federal, 1.988)

Com o objetivo de conferir mais ênfase e proteção ao direito dos consumidores, posteriormente, em 11 de setembro de 1.990, criou-se a Lei nº 8.078/90, chamada Código de Defesa do Consumidor, que reconhece a vulnerabilidade do consumidor e estabelece diversos princípios, de modo a regular as relações consumeristas e proteger o consumidor, visto, nesta relação, como a parte mais vulnerável.

Para finalizar, podemos então, destacar dois marcos importantes na história da defesa do consumidor no Brasil, quais

sejam, a inclusão do tema na Constituição Federal de 1.988 e a edição do Código de Defesa do Consumidor.

2 Do consumidor e do fornecedor

A legislação não definiu o conceito de consumidor em apenas um artigo, determinou quatro conceitos, definidos expressamente em seus artigos.

O primeiro conceito, tido como padrão, é delimitado no artigo 2º, *caput*: "Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final". O segundo conceito refere-se a "coletividade de pessoas", conforme mencionado no parágrafo único do artigo 2º. O terceiro conceito refere-se as "vítimas do evento" e o quarto refere-se a todas as pessoas, determináveis ou não, que foram expostas às práticas abusivas". (BRASIL, Código de Defesa do Consumidor, 1.990).

Embora o legislador tenha optado por definir o consumidor, o fez de modo impreciso, porque ao defini-lo em seus dispositivos, deu margem a outras possíveis conceituações a serem realizadas pela doutrina e jurisprudência, o que pode propiciar divergências. Mas, apesar de existir algumas dificuldades, o tema em questão, como mencionado anteriormente, é delimitado no artigo 2º, *caput* e seu parágrafo único, bem como nos artigos 17 e 29, todos do Código de Defesa do Consumidor.

Deste modo é possível afirmar que consumidor representa um polo da relação jurídica de consumo, o qual é uma pessoa natural ou jurídica que tem por objetivo de adquirir e utilizar uma mercadoria ou prestação de serviço provido pelo fornecedor, porém, sendo destinatário final. A maioria dos doutrinadores divide o conceito sob três pontos de vista: o econômico, psicológico, bem como sociológico. Alegando que a figura do consumidor tem uma importância mais ampla do que meramente econômica.

Nesta linha de raciocínio Filomeno define consumidor:

(...) Sob o ponto de vista econômico, consumidor é considerado todo indivíduo que se faz destinatário da produção de bens, seja ele ou não adquirente, e seja ou não a seu turno, também produtor de outros bens. (...) Do ponto de vista psicológico, considera-se consumidor o sujeito sobre o qual se estudam as reações a fim de se individualizar os critérios para a produção e as motivações internas que o levam ao consumo (...) Já do ponto de vista sociológico é considerado consumidor qualquer indivíduo que frui ou se utiliza de bens e serviços, mas pertencente a uma determinada categoria ou classe social. (FILOMENO, José Geraldo Brito, 2007, p. 18-20)

Seguindo esta linha de raciocínio Nelson Nery Júnior e Rosa Maria de Andrade Nery definem consumidor:

O conceito jurídico de consumidor é mais abrangente do que o conceito econômico. Todo aquele que se faz destinatário da produção de bens ou de serviços, seja ele adquirente ou não e seja, ele produtor de outros bens ou não, é

considerado consumidor em sentido econômico (De Lucca. Direito do Consumidor: Teoria Geral da Relação Jurídica de Consumo, 2008, IV. 1.1.1.6, p.124). Assim, quando a lei brasileira define como consumidor "toda pessoa física ou jurídica" (à semelhança, aliás, do que dispõe vários diplomas alienígenas, como a Carta do Conselho da Europa, que fala também em *physical or legal person*), há que distinguir os bens adquiridos pela empresa, a título de insumos, no exercício da sua atividade empresarial, dos bens adquiridos para uso pessoal ou privado - *for privy usance* - do consumidor, à margem da sua atividade empresarial (Luiz Gastão Paes de Barros Leães. As relações jurídicas de consumo e o crédito ao consumidor [RDM 82/17]). O legislador nacional optou, definitivamente, por afastar da proteção que ele instituiu em favor dos consumidores, o chamado consumo de intermédio (Denize Flouzat. *Économie Contemporaine*, v. 1, 4^o. ed., Paris:PUF, 1997, p. 541), vale dizer, aquele que é utilizado pelas empresas dos bens e serviços necessários para o processo produtivo, consoante consagrada definição existente sobre a matéria (De Lucca. Direito do consumidor cit, p. 125) . (NERY JÚNIOR, Nelson, NERY, Rosa Maria de Andrade, 2015, p. 448).

Deste modo, podemos concluir que o Código de Defesa do Consumidor regula as relações de consumo em que há o consumidor como destinatário final, o qual adquire o produto ou serviço para uso próprio, ou seja, sem a finalidade de produção de outros produtos.

No entanto, vale destacar, o CDC também regula a relação de consumo quando o consumidor adquire o produto com a finalidade de produção de outros produtos ou serviços, desde que estes sejam

oferecidos no mercado de consumo, independentemente do uso e destino dado por quem vai adquirir.

Atrelado ao conceito de consumidor necessário definir a figura do outro polo da relação, qual seja: o fornecedor. Neste sentido, diferentemente da polêmica que o legislador causou ao conceituar a figura do consumidor no CDC, não guarda importantes observações, vez que estabelecido no artigo 3º, em rol exemplificativo, genérico e global, configurando-o como:

Art. 3º 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. (BRASIL, Código de Defesa do Consumidor, 1990).

Deste modo, são considerados fornecedores, as pessoas jurídicas públicas ou privadas, personificadas ou despersonificadas, de origem brasileira ou estrangeira, com sede ou não no país, bem como as sociedades anônimas, as limitadas, as fundações, as sociedades de economia mista ou as sociedades não empresárias, as empresas públicas, as autarquias, os órgãos da administração direta e várias outras.

Desta maneira o legislador buscou atingir toda e qualquer pessoa jurídica, de modo que não houve nenhuma exclusão do tipo de pessoa jurídica e física considerada como fornecedora.

3 Princípios do direito do consumidor

Inicialmente, vale destacar, o termo princípio, como quase todos os termos da língua portuguesa possuem etimologia do latim "*principum*", significando, início ou origem das coisas.

Para Luís Diez Picazo, princípio é "onde designa as verdades primeiras" e "servido de critério de inspiração às leis ou normas concretas desse Direito positivo". (Luíz Diez Picazo, *apud* BONAVIDES, Paulo. 2002, p.228-229). Para Rizzatto Nunes, princípios são "verdadeiras diretrizes do ordenamento jurídico" (NUNES, Rizzatto, 2009, pag.9).

Dentre os diversos princípios a serem considerados em uma relação de consumo, destaca-se de início o da vulnerabilidade, reconhecendo a fragilidade do consumidor perante o fornecedor pelo fato de não deter o conhecimento técnico, bem como sobre as informações sobre o resultado dos produtos e serviços oferecidos. Tem por objetivo buscar instrumentos jurídicos que sejam capazes de reequilibrar o negócio entre consumidor e fornecedor, tornando-o mais justo.

Guardando certa semelhança com o princípio acima mencionado, porém, com as devidas diferenças, o princípio da hipossuficiência constitui um direito básico do consumidor, sendo este personalíssimo, contudo, devendo sempre ser submetido à apreciação do magistrado. Submetida a análise e reconhecida a hipossuficiência do consumidor no caso concreto, ocorrerá a

facilitação da defesa dos direitos do consumidor, inclusive possibilitando a inversão do ônus da prova.

Por sua vez o princípio da boa-fé objetiva tem o objetivo de manter respeito, lealdade e colaboração entre consumidor e fornecedor, fornecendo, desta maneira, o justo equilíbrio entre as partes. Rizzatto Nunes define a boa-fé objetiva como:

Já a boa-fé objetiva, que é a que está presente no CDC, pode ser definida, *grosso modo*, como sendo uma regra de conduta, isto é, o dever das partes de agir conforme certos parâmetros de honestidade e lealdade, a fim de se estabelecer o equilíbrio nas relações de consumo.

(...)

A boa -fé objetiva funciona, então, como um modelo, um *standard*, que não depende de forma alguma da verificação da má-fé subjetiva do fornecedor ou mesmo do consumidor. (NUNES, Rizzatto, 2009, p.132)

O princípio da transparência estabelece que o fornecedor possui a obrigação de oferecer ao consumidor a oportunidade de compreender os produtos e serviços que lhes são oferecidos, bem como permitir o conhecimento prévio do conteúdo do produto/serviço. O artigo 4º, *caput*, do Código de Defesa do consumidor, traz de maneira expressa tal princípio:

Art. 4º A Política Nacional das Relações de Consumo tem por objetivo o atendimento das necessidades dos consumidores, o respeito à sua dignidade, saúde e segurança, a proteção de seus interesses econômicos, a melhoria da sua

qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo (...) (BRASIL, Código de Defesa do Consumidor, 1990).

Relacionado com o princípio da transparência, o princípio da informação tem por escopo estabelecer a obrigação ao fornecedor de dar completa informação sobre os produtos e serviços oferecidos e expostos no mercado, bem como de fornecer o direito, ao consumidor, de receber tais informações.

Por fim, o princípio da função social do contrato embora não previsto expressamente no Código de Defesa do Consumidor, tem sua aplicabilidade nas relações de consumo por força do artigo 421 do Código Civil que preconiza que “A liberdade de contratar será exercida em razão e nos limites da função social do contrato” (BRASIL, Código Civil, 2002).

Deste modo, basta à interpretação simplificada deste artigo para notar que a função social trazida pelo Código Civil, teve o objetivo de limitar aquela antiga visão de contrato individualista que, inclusive, feria a ordem pública, como era há alguns séculos atrás. Ou seja, atualmente, ocorre uma subordinação da livre contratação à função social do contrato, de modo que os princípios acerca da ordem pública prevaleçam sobre a manifestação de vontade das partes, incluindo, portanto, as relações consumeristas.

4 Das prerrogativas processuais do consumidor

Em relação às prerrogativas processuais do consumidor, consistem naquelas medidas criadas pelo legislador com o intuito de reequilibrar a relação de consumo, fazendo com que o consumidor fique numa posição menos desfavorável nas demandas submetidas ao Poder Judiciário.

Dentre algumas prerrogativas, a primeira encontra-se relacionada ao ônus probatório. Em direito, pela sistemática processual civil incumbe à parte constituir e demonstrar as provas dos fatos alegados, todavia, em se tratando de relação de consumo, diante da vulnerabilidade do consumidor tal ônus poderá ser invertido, transferindo para o fornecedor toda a carga probatória.

Nesta seara, sendo verossímil a alegação do consumidor, reconhecida a sua hipossuficiência no caso concreto, o juiz reconhecerá em prol do consumidor esta prerrogativa, invertendo o ônus da prova mediante a transferência da incumbência ao fornecedor.

Outra prerrogativa diz respeito à responsabilidade civil, sobressaindo nas relações de consumo à responsabilidade objetiva, preconizando que o fabricante, produtor, construtor, e importador respondem, independentemente de culpa pela reparação do dano causado aos consumidores, diante de defeitos de seus produtos ou de informações insuficientes ou inadequadas.

Neste sentido o risco é do produtor/fornecedor, então sempre será possível reparar o dano sofrido, mesmo nos casos em que o consumidor não estabeleça a relação causal entre o dano sofrido e a culpa do fornecedor.

A próxima prerrogativa envolve especificamente os contratos classificados como de adesão que, aliás, se fazem presentes em quase todas as relações de consumo. Referido contrato tem como principal característica conforme própria conceituação da Lei nº 8.078/90 em seu art. 54 aqueles negócios cujas cláusulas tenham sido aprovadas pela autoridade competente ou estabelecidas unilateralmente pelo fornecedor de produtos ou serviços, sem que o consumidor possa discutir ou modificar substancialmente seu conteúdo. (BRASIL, Código de Defesa do Consumidor, 1.990).

Assim, pode-se observar que a manifestação de vontade do consumidor, em verdade, se adere à proposta em cláusulas firmadas e impostas pelo fornecedor. Isto é, o contrato é firmado através de uma adesão do consumidor à vontade do fornecedor, ocorrendo constantemente diversas arbitrariedades por parte de quem faz o contrato (fornecedor), gerando prejuízos ao consumidor.

Por este motivo, houve a necessidade de interpretação contratual pró-consumidor, porque com essa modalidade de contrato, tornou-se necessário proteger os interesses e expectativas do consumidor, que na maioria das vezes não tem meios para questionar as cláusulas preestabelecidas.

Assim, tratando-se de contrato de adesão a interpretação dos termos deste contrato necessita seguir alguns critérios, não podendo interpretá-lo da mesma forma em que se faz, em regra, com os demais tipos de contratos, porque o fornecedor unilateralmente elaborou os termos, tornando-se predominante a sua vontade sobre a do consumidor.

O artigo 47 do CDC, ensina como deve se dar a interpretação das cláusulas contratuais: "As cláusulas contratuais serão interpretadas de maneira mais favorável ao consumidor" (BRASIL, Código de Defesa do Consumidor, 1990). Podemos então afirmar que esta regra de interpretação se justifica pela fragilidade do consumidor, bem como pelos princípios que norteiam os contratos de consumo.

Por fim, a última prerrogativa abordada se refere ao foro territorial competente nas lides sujeitas a Lei nº 8.078/90. Tratando-se de ações que envolvem relação de consumo, torna-se necessário se atentar ao artigo 101 do Código de Defesa do Consumidor, o qual estabelece que as ações consumeristas podem ser propostas no domicílio do consumidor/cliente. Vejamos:

Art. 101. Na ação de responsabilidade civil do fornecedor de produtos e serviços, sem prejuízo do disposto nos capítulos I e II deste título, serão observadas as seguintes normas:

I- a ação pode ser proposta no domicílio do autor (...). (BRASIL, Código de Defesa do Consumidor, 1990)

Esta prerrogativa existe porque o consumidor é considerado hipossuficiente, vulnerável e frágil, como exaustivamente demonstramos, motivo pelo qual necessita de ajuda para ter acesso à justiça, de modo que não seja preciso se deslocar para outra cidade e ter gastos que, na maioria dos casos, estão fora do seu alcance, para propor ação contra o fornecedor.

CONCLUSÃO

Diante do exposto no presente trabalho, é certo afirmar que considerando os inúmeros negócios jurídicos afetos a relação de consumo, diga-se cada vez mais crescente no mundo contemporâneo, o Poder Judiciário infelizmente encontra-se assoberbado por um número vultoso de processos sujeitos a observância da Lei nº 8.078/90.

Pelo conceito da figura do consumidor, bem como do fornecedor, num comparativo de poder econômico e técnico denota-se a fragilidade do consumidor, o que faz necessário a implantação de mecanismos numa tentativa de reequilibrar consumidor e fornecedor.

Assim, com o reconhecimento de diversos princípios favoráveis ao consumidor insertos diante da sua fragilidade, o Código de Defesa Consumidor também traz em seu ordenamento algumas prerrogativas de natureza processual a fim de que em juízo o equilíbrio entre consumidor e fornecedor se faça presente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRASIL, Atos das Disposições Transitórias de 1988.

BRASIL, Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.

BRASIL, Código de Defesa do Consumidor.

BRASIL, Código de Processo Civil.

BRASIL, Código Civil.

FILOMENO, José Geraldo Brito. **Manual de Direitos do Consumidor**. São Paulo: Atlas, 2007.

NERY JÚNIOR, Nelson. **Leis Civis e Processuais Civis Comentadas** / Nelson Nery Júnior, Rosa Maria de Andrade Nery - 4° Ed. Rev., atual. e ampl. - São Paulo: Editora Revista dos Tribunais, 2015.

NUNES, Luis Antônio Rizzatto. **Curso de Direito do Consumidor**. 7° ed. São Paulo: Saraiva, 2012.